ESTIMATES

National Film Board of Canada

Performance Report

For the period ending
March 31, 2005

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament.

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of funds.

©Her Majesty the Queen in Right of Canada, represented by
the Minister of Public Works and Government Services Canada — 2005

Catalogue No. BT31-4/51-2005
ISBN 0-660-62881-3

This document is available on the TBS Web site at www.tbs-sct.gc.ca
This document is available in alternate formats on request.

Available in Canada through your local bookseller or by mail from
Canadian Government Publishing — PWGSC
Ottawa, Canada K1A 0S9

Telephone: (613) 941-5995
Fax: (613) 954-5779 or 1-800-565-7757 (Canada and U.S.A.)
Orders only: 1-800-635-7943 (Canada and U.S.A.)
Internet: http://publications.gc.ca

Foreword

106-00839/

The Government of Canada has made continuous improvement in its management practices a priority since *Results for Canadians: A Management Framework for the Government of Canada* was tabled in Parliament in the spring of 2000. Driving the government's pursuit of management excellence is its vision to provide Canadians with a responsive government, which serves citizens and manages itself as a unified, coherent enterprise; an innovative government supported by a highly-qualified public service equipped to leverage information and make the best use of public funds while balancing risk; and an accountable government which answers clearly and openly for its performance to Parliament and to Canadians.

Departmental performance reports play a key role in the cycle of planning, monitoring, evaluating, and reporting results to Parliament and citizens. They are at the heart of accountability in government.

Departments and agencies are encouraged to prepare their reports following principles for effective public reporting (provided in the *Guide for the Preparation of the 2004-05 Departmental Performance Reports*: http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr1/04-05/guidelines/guide_e.asp). Based on these principles, an effective report provides a coherent and balanced picture of performance that is brief and to the point. It focuses on outcomes (benefits to Canadians and Canadian society) and describes the contribution the organisation has made toward those outcomes. It sets performance in context, associates performance with earlier commitments, explains any changes, and discusses risks and challenges faced by the organisation in delivering on these commitments. Achievements realised in partnership with other governmental and non-governmental organisations are also discussed. Supporting the need for responsible spending, it links resources to results. Finally, the report is credible because it substantiates the performance information with appropriate methodologies and relevant data.

This departmental performance report (along with those of many other organizations) is accessible from the Treasury Board of Canada Secretariat Internet site: http://www.tbs-sct.gc.ca/est-pre/estime.asp. Readers wishing a high level, whole of government overview of the Government of Canada's efforts to improve quality of life should refer to *Canada's Performance 2005* available at the same internet address. This report is structured around three broad policy areas (Sustainable Economy, Canada's Social Foundations and Canada's Place in the World) and, in its electronic version, links to relevant Departmental Performance Reports. *Canada's Performance 2005* also contains a special overview of the government's efforts to improve the well-being of Aboriginal peoples.

The Government of Canada is committed to continually improving reporting to Parliament and Canadians. The input of readers can do much to ensure that Departmental Performance Reports and other reports are enhanced over time.

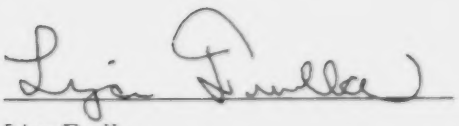
Comments or questions can be directed to:

Results-based Management Directorate
Treasury Board of Canada Secretariat
L'Esplanade Laurier, Ottawa, Ontario K1A OR5
OR at: rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

National Film Board of Canada

For the year ended March 31, 2005

Performance Report



Liza Frulla
Minister of Canadian Heritage

Table of Contents

SECTION I—MESSAGES *1*

Minister's Message **2**

Government Film Commissioner's Message **3**

Management Representation Statement **5**

SECTION II—OVERVIEW *6*

Summary Information **7**

NFB's Raison d'Être 7

Benefits to Canadians and to the World 7

NFB's Overall Performance **9**

Background of the National Film Board of Canada 10

SECTION III—ANALYSIS OF PERFORMANCE BY STRATEGIC OUTCOME *20*

Strategic Outcome **21**

Program Activity 1. Production of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 1 of 2004–2005 RPP) **21**

Expected results for this program activity 22

Indicators used for this program activity 23

Priorities 23

Results for Program Activity 1. Production of audiovisual works 35

Program Activity 2. Distribution of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004–2005 RPP) **36**

Expected results for these program activities 37

Indicators used for this program activity 37

Priorities 37

Results for Program Activity 2. Distribution of audiovisual works 39

Program Activity 3. Access to audiovisual works and outreach development (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004-2005 RPP) **40**

Expected results for this program activity 41

Indicators used for this program activity 41

Priorities 41

Results for Program Activity 3. Access to audiovisual works and outreach development 46

Program Activity 4. Research and advisory services (corresponds, in part, to Strategic Outcome 1 of 2004–2005 RPP) **47**

Expected results for this program activity 48

Indicators used for this program activity 48

Priorities 48

Results for Program Activity 4. Research and advisory services 50

SECTION IV—OTHER ITEMS OF INTEREST *51*

Strategic Outcome 3 of 2004-2005 RPP **52**

Expected results for this program activity 52

Indicators used for this program activity 52

Priorities 52

Results for Strategic Outcome 3 of the 2004–2005 RPP 53

SECTION V—SUPPLEMENTARY INFORMATION *54*

Table 1: Comparison of Planned Spending to Actual Spending (incl. FTE) 55

Table 2: Use of Resources by Business Lines (Program Activities) 56

Table 3: Votes and Statutory Items 57

Table 7: Sources of Respendable Revenue 58

Table 8: Revolving Fund 58

Table 10A : User Fees Act 59

Table 14: Details on Transfer Payments Programs 59

Table 16: Financial Statements of Departmental Corporations and Agents of Parliament .. 60

SECTION VI—APPENDICES *61*

APPENDIX I *62*

APPENDIX II *64*

SECTION I—MESSAGES

Minister's Message

Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

Ministre du Patrimoine canadien et
ministre responsable de la Condition féminine

Ottawa, Canada K1A 0M5

As Minister of Canadian Heritage and Minister responsible for Status of Women, I am proud to present this Departmental Performance Report (2004-2005) for the National Film Board of Canada (NFB) to Parliament and to all Canadians. This report details how the NFB has worked toward its goals and objectives over the past year, and indicates how it has contributed to a more cohesive and creative Canada.

An essential part of the Canadian Heritage Portfolio, the NFB is a unique centre of creative excellence dedicated to increasing knowledge and understanding of Canada's social and cultural realities through distinctive, challenging Canadian audiovisual works. The NFB supports the development of emerging filmmakers, encouraging the participation of talent from Aboriginal and culturally diverse communities.

I am pleased to be able to count on the support and commitment of Crown corporations and Agencies, like the NFB, to help carry out the many responsibilities of this Portfolio, which include increasing the cultural vitality of our communities, preserving our multicultural heritage, promoting our official languages, ensuring equal opportunity, and strengthening and enriching Canada's cultural sovereignty.

Together, we ensure that citizens of all ages can make the most of their creativity, talent and skills, so that our entire society can benefit. Together, we work to make Canada a prosperous country, distinguished by its diversity, cultural vitality, and spirit of innovation.

Liza Frulla

Government Film Commissioner's Message

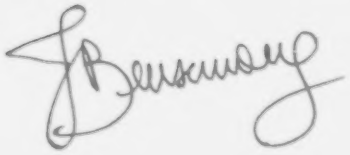
To Canadians, the National Film Board of Canada (NFB) is an essential component of our culture that bears witness to the distinctiveness of Canadian society by producing and distributing audiovisual works, and making them known here at home and around the world. I often have the opportunity to meet men and women from all over Canada who tell me about their NFB, what it has meant to them in the past and what it means to them now. Beyond such personal remembrances, the NFB has become part of the Canadian landscape by producing and distributing socially and culturally relevant films that reflect our richness and diversity, both past and present.

In my capacity as Government Film Commissioner and Chairperson of the NFB, I am extremely proud of the results we have achieved so far in implementing the 2002–2006 Strategic Plan. We are obtaining tangible results, thus assuring the NFB its rightful place in the industry, in the lives of Canadians and in its public role. In 2004–2005, we concentrated on the following activities: (1) the programming of strong, distinctive and innovative productions that tackle social issues important to Canadians, (2) breaking new ground in creative and technical excellence in animation, (3) expanding our reach into communities, (4) leveraging partnership opportunities and (5) nurturing new talent that expresses diverse Canadian voices and conveys Canadian values at home and abroad.

The shift to digital and high-definition technologies is now well underway. This new reality has not escaped the NFB, which has been preparing for this technological revolution for a long time, in part by establishing beneficial research partnerships with both the academic community and the private sector. In recent years, the NFB has fulfilled its role of spearheading innovation by conducting research on image quality, access and broadcasting in relation to this transition to digital technology.

While the NFB reaches Canadians via television, the Internet, schools and universities, libraries, community screenings, workshops, master classes, special events and storefront mediatheques, we plan to develop an even stronger connection with Canadians. To this end we have redoubled our efforts to make the NFB's films available to Canadians. Last year, we continued to work towards the development of e-cinema in order to put digital technology to the service of Canadians, by creating a new distribution network with diversified content, which can reach even the remotest regions of Canada, and at a lower cost. The NFB's collection of films, its strong digital assets management approach, its knowledge of the Canadian market and high-tech expertise will be a major asset as we, in partnership with the private sector, take a leading role in exploring ways of using this innovative medium to reach audiences across the country.

The NFB looks forward to continuing to build social capital in this country through the implementation of its vision to create and disseminate films made in the national interest. This ambitious course will continue to benefit Canadians by offering them films that better interpret Canada to them and the world. The plan emphasizes training and promoting a new generation of culturally diverse creative talent, contributing to the sustainability and stability of the Canadian film and television industry and further raising Canada's international cultural profile.



Jacques Bensimon
Government Film Commissioner
and Chair of the National Film Board of Canada

Management Representation Statement

I submit, for tabling in Parliament, the 2004–2005 Departmental Performance Report (DPR) for the National Film Board of Canada.

This document has been prepared based on the reporting principles contained in the Treasury Board of Canada Secretariat's *Guide for the Preparation of 2004–2005 Departmental Performance Reports:*

- It adheres to the specific reporting requirements.
- It uses an approved Program Activity Architecture.
- It presents consistent, comprehensive, balanced and accurate information.
- It provides a basis of accountability for the results pursued or achieved with the resources and authorities entrusted to it.
- It reports finances based on approved numbers from the Estimates and the Public Accounts of Canada.

Maryse Charbonneau
Director, Administration

SECTION II—OVERVIEW

Summary Information

NFB's Raison d'Être

Mandate—The National Film Board of Canada's mandate is "to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,

- to produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;
- to engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;
- to advise the Governor in Council in connection with film activities;
- to discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake."

Mission—The NFB's mission, as stated in the 2002–2006 Strategic Plan, is "to produce and distribute distinctive, culturally diverse, challenging and relevant audiovisual works that provide Canada and the world a unique Canadian perspective."

The NFB is an integrated production and distribution organization with an extensive film collection, a conservation laboratory, and postproduction and R&D facilities located at its operational headquarters in Montreal. Its Government Relations Service operates from Ottawa, while its Communications and Outreach Development, Distribution, Business Affairs and Legal Services, Planning, Evaluation and Audit, Human Resources and Administration branches are principally located in Montreal.

The NFB is a unique centre for the creation of audiovisual works. NFB films are produced in both official languages. The NFB maintains production facilities in Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montreal, Moncton and Halifax, a production office in Quebec City and two viewing centres, one in Montreal and the other in Toronto.

Benefits to Canadians and to the World

The NFB offers Canadians an innovative, socially committed look at Canadian and world realities. It helps bring individuals in our society together by offering a variety of perspectives that reflect our cultural diversity and richness. The NFB showcases this diversity of viewpoints all over Canada, in theatres, on television, on the World Wide Web, in public libraries and in classrooms. The National Film Board of Canada creates bonds that unite us and bring us together. It informs Canadians about the major social issues of our time.

The NFB encourages new voices by nurturing emerging talents and providing creators with new technological tools. Not only does the National Film Board of Canada foster the emergence and incubation of talents and diversity of content, it is also an essential partner in the Canadian film and television industry. Recognized for its expertise, the NFB provides guidance to its partners through its various activities: producing socially and culturally relevant audiovisual works, distributing its products as widely throughout Canada and the rest of the world as possible, providing access to audiovisual works and developing networks that encourage active citizenship

and life-long learning, conducting research and offering advisory services with the aim of advancing the art and science of filmmaking.

The NFB regularly co-produces films with international partners in order to benefit from new creative input and expand its audiences. It actively seeks partnerships and agreements that promote the pooling of knowledge and raise the NFB's profile. It also distributes its productions in a number of markets and territories. To optimize its business opportunities, the NFB develops partnerships with the holders of major archives. It acquires the distribution rights for many private productions, to the mutual benefit of the NFB and its outside partners. Finally, the NFB works with major international festivals to ensure that its productions are seen in the best showcases here and abroad.

NFB's Total Financial Resources in 2004–2005 (thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
$63,682	$66,876	$64,910

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- Net spending planned for the fiscal year (Planned).
- Net spending planned for the fiscal year, plus additional funding that Parliament decided to grant the NFB in light of changing priorities and unexpected activities (Authorities). In 2004–2005, authorities included additional amounts received to cover special initiatives and programs such as online activities, the IPLOC program, the Canadian Memory Fund, the Spark program and funds carried forward from the previous year. Some funding was withdrawn as part of government-wide reallocation.
- Total net spending for the fiscal year (Actual).

NFB's Total Human Resources

Planned	Authority	Actual
510	510	507

NFB's Overall Performance

Summary of NFB Performance in Relation to Strategic Outcomes, Priorities and Commitments

Strategic Outcomes	2004–2005 Priorities/Commitments	Type	Planned Spending	Actual Spending	Expected Results and Current Status
1. Relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.	1. Make the NFB's overall program more relevant to Canadians today.	Ongoing	$44,610	$45,166	See Part III, pp. 22–35
	2. Place innovation at the forefront.	Ongoing			
	3. Champion cultural diversity and Aboriginal voices.	Ongoing			
2. Available, accessible audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences.	1. Strengthen the NFB to connect with Canadians.	Ongoing	$12,000	$12,945	See Part III, pp. 37–48
	2. Establish mechanisms for greater access and dialogue on NFB productions and closer contact with the public.	Ongoing			
	3. Ensure that the NFB's collection is accessible and preserved for future generations.	Ongoing			
	4. Increase revenue from the exploitation of the NFB's collection and optimize sales opportunities.	Ongoing			
3. An efficiently managed organization.	1. Manage resources efficiently and effectively.	Ongoing	$7,072	$6,799	See Part IV, pp. 49–55
	2. Enhance accountability, business practices and information systems.	Ongoing			

Note: In keeping with Treasury Board Secretariat guidelines, this table reflects the strategic outcome–based approach, not the new Program Activity Architecture.

Background of the National Film Board of Canada

1. Description of NFB Activities

The National Film Board is a government agency active in the cultural sphere that reports to Parliament through the Minister of Canadian Heritage. The Governor in Council appoints the NFB Chairperson and Government Film Commissioner, and the Board of Trustees.

The NFB is mandated to operate in a number of areas: production, distribution, access, outreach development, and research and advisory services.

In 2004–2005, the federal government, through the Treasury Board Secretariat, proposed that all federal departments and their agencies develop a Program Activity Architecture (PAA), listing their programs and activities. The NFB has therefore developed its own PAA.

The NFB's 2004–2005 performance report is written based on its PAA. The crosswalk and explanations below set out, clearly and concisely, the changes in the reporting structure with respect to commitments and outcomes stated in the 2004–2005 Report on Plans and Priorities.

2004–2005 RPP	**2004–2005 DPR (according to PAA)**
Strategic Outcomes	**Program Activities**
1. Relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.	1. Production of audiovisual works.
2. Available, accessible audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences.	2. Distribution of audiovisual works. 3. Access to audiovisual works and outreach development.
3. An efficiently managed organization.	This result is not reflected in the NFB's PAA; is an outcome that underlies all our activities.
	4. Research and advisory services.

NFB's Performance

2004–2005					
($ thousands)	Activity 1 Production	Activity 2 Distribution	Activity 3 Accessibility	Activity 4 Research	Total Authorities
Planned spending	49 120	491	11 404	2 667	63 682
Total authorities	50 481	491	12 353	3 551	66 876
Actual spending	46 891	1 913	12 325	3 781	64 910

Program Activity 1. Production of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 1 of 2004–2005 RPP)

Production: Build social capital by encouraging citizen involvement

The NFB's chief mandate is to conceptualize, develop, produce and distribute relevant, distinctive audiovisual works that document major social issues at home and abroad, and reflect the diversity and wealth of Canada's communities for the benefit of Canadians of all ages. Documentary and animated films produced by the National Film Board of Canada use innovative technologies and a variety of production formats. They are tools for furthering knowledge, education, social innovation and citizen involvement. The NFB also plays an important role in discovering, training and guiding creative talents.

Marketing: Motivating Canadians to get involved

To complement its outreach activities, through the marketing of its productions and through its partnerships, the NFB wishes to play a key role in promoting the involvement of citizens in their communities. Marketing means reaching Canadian communities and inviting them to attend openings where they can view and discuss films.

Filmmaker support: Nurture existing and promising talent

By implementing and development programs and projects, the NFB discovers and nurtures talent, consolidates the Canadian film industry and promotes experimentation. Its support for Canadian filmmakers translates into a full range of activities offered across the country.

Technique and innovation: Recognized know-how and a constant striving for excellence

Since its inception, the NFB has been helping develop new audiovisual technologies. The know-how of its technical staff is widely recognized and is the envy of our partners in Canada and elsewhere. Our excellence in this sector enables us to work with many collaborators doing film research, whether in production, distribution or the accessibility of our collection. It also enables us to help new talents acquire the long-lasting expertise essential to their development. We also work with research agencies to advance the art and science of filmmaking.

International market: Opening up to the world

To make the most of international creativity and know-how, the NFB regularly produces films with foreign partners. These co-productions allow us to expand our audiences. The National Film Board of Canada also distributes its productions and acquisitions in many markets and territories. To optimize its business opportunities, the NFB develops mutually beneficial partnerships, including some with holders of major archives. The NFB works with big international film festivals to ensure that its productions enjoy the best showcases both at home and elsewhere.

Program Activity 2. Distribution of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004–2005 RPP)

Distribution: A growing collection accessible to all Canadians

With more than 10,000 titles, the NFB film collection is distributed through every appropriate distribution channel to reach various clienteles here and elsewhere. Distribution activities include direct sales of the collection through sales agents in Canada, the U.S. and Europe, online stores and a call centre. They also include the acquisition of complementary productions. The NFB sells stock shots and film clips to its film and television industry partners. Its distribution activities help it develop strategic co-operative relationships.

Program Activity 3. Access to audiovisual works and outreach development (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004–2005 RPP)

Communications and outreach: Increased influence, a recognized brand and a collection that will last through time

Communications and outreach activities seek to make relevant media resources available to Canadians, fostering citizen involvement and life-long learning. Some of these activities also involve providing permanent access to the NFB collection and making it more accessible to future generations. Similarly, the NFB is taking the necessary steps to preserve its collection. This access is being provided through its Web site, its screening centres in Montreal and Toronto and its online film library. The NFB is thus promoting access to relevant media knowledge and skills for Canadians. These activities serve to create and maintain deep, lasting relationships within Canadian communities.

These relationships also involve the educational community. The NFB invests considerable time and effort in the form of training workshops or study aids. The National Film Board of Canada also offers master classes in documentary and animation filmmaking to industry professionals, university students and interested members of the general public.

Program Activity 4. Research and advisory services (does not correspond to a strategic outcome of the 2004–2005 RPP)

Under the heading of research, the NFB undertakes and commissions studies, advises the government, offers consulting services, shares knowledge and prototyping, and helps beta test creative outputs and technologies. The aim of these activities is to advance the art and science of filmmaking.

2. Canadian and world audiovisual industry

The audiovisual industry, both in Canada and elsewhere in the world, is facing major challenges.

A changing environment for documentaries

In Canada, as elsewhere in the world, the production, and especially funding and distribution, of documentary films are under significant pressure, despite the resurgence in popularity of the genre, especially in theatrical release. According to *Profile 2005*,[1] documentary films accounted for 14% of CAVCO-certified productions (247 million), a drop of 8% from the year before.

Point-of-view documentaries address crucial social issues. Unfortunately, the genre does not receive the attention it deserves from television broadcasters. Increasingly, producers are turning to public funding, especially for documentaries, so that the average amount of public funding is now close to 35%.[2]

Given the difficulty of funding such projects, private producers are either giving up on them or entering into partnerships with the National Film Board of Canada so that "creativity, diversity and social conscience are not sacrificed to economics."[3] In this kind of business environment, the NFB plays an important stabilizing role. Indeed, the Government of Canada's second response to the report of the Standing Committee on Canadian Heritage states: "The NFB has been a key agency for the production and distribution of films and other audio-visual works that reflect the cultural and social realities of Canada."[4]

The NFB has made point-of-view documentaries a priority because Canadians want to see films that contribute to a greater understanding of issues and varied perspectives.[5]

Reaching audiences in their preferred format: A constant challenge

Ever-increasing choices for our different audiences are making the NFB's job more difficult than ever. We compete directly with a huge variety of cultural and educational products. This is especially true in the Canadian television market. For some years, we have been seeing audience fragmentation and a crowded market offering an extensive, appealing supply to broadcasters eager to boost their audience share.

Despite this fragmentation and competition, documentaries continue to attract TV audiences, with exceptional documentaries garnering over one million viewers.[6] These figures clearly show

---

[1] Nordicity Group, *Profile 2005: An Economic Report on the Canadian Film and Television Production Industry* (Ottawa: February 2005), p. 19.

[2] Nordicity Group, *Profile 2005: An Economic Report on the Canadian Film and Television Production Industry* (Ottawa: February 2005), p. 20. Funding from public broadcasters not included. When it is included, direct and indirect public funding amounts to 45% of the production budget of documentaries in 2003–2004.

[3] Kirwan Cox, Documentary Research Network, *The Filmmakers' Point of View on Documentary* (November 2002), p. 43.

[4] Canadian Heritage, *Reinforcing Our Cultural Sovereignty—Setting Priorities for the Canadian Broadcasting System* (Ottawa: 2005), p. 18.

[5] Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

that the NFB should continue to produce documentaries that resonate with Canadians. The number of unduplicated viewers of NFB productions broadcast on Canadian TV channels in 2004–2005 was over 8.5 million, a slight decline from the previous year. In a strongly competitive business environment, our productions and co-productions have carved out an enviable niche in the midst of the Canadian broadcasting landscape.

To fulfil its mandate, the NFB must also offer its audiences products in a diversity of formats. Digitizing our collection and new productions, which is both a source of infinite possibilities and significant logistical challenges, was a priority for the NFB in 2004–2005. Furthermore, although the NFB is firmly on the path to digital production, converting the Canadian television broadcasting system to this format remains a challenge.

In this context, the NFB takes note of the Government of Canada's statement that the Department of Canadian Heritage will undertake work in collaboration with other federal departments, agencies and stakeholders to clarify policy and objectives, identify gaps and help develop a plan for the digital transition.[7] Over the planning period, the NFB looks forward to working with the government to examine these issues.

3. Main Partners

Partnerships on all levels: Leveraging, enriching creativity and optimizing

We will continue to form strategic partnerships with Canadian private-sector production and distribution companies and public broadcasters to co-produce, broadcast and distribute our films. On the international level, the NFB will continue to form alliances to maximize potential synergies and increase sales and revenue.

We were involved in 57 co-productions in 2004–2005. Projects like the Oscar®-winning *Ryan*, the feature-length high-definition documentary *The Peacekeepers*, or *Duhamel (Duhamel—Adrenaline Rush)*, are all examples of co-productions that have benefited from the pooling of our financial resources, technical expertise and creative know-how.

Our work with foreign partners continued in 2004–2005. We focused on our work with a number of broadcasters, including Japan's NHK and France 2. The World Documentary Fund, with the BBC and the UK Film Council, is continuing with the co-production of *Diameter of the Bomb* and the theatrical release of *Game Over: Kasparov and the Machine*. Other projects will be added when worthwhile opportunities arise.

The NFB also takes part in many festivals, not only by submitting films, but by working to ensure the success of the events. For instance, the NFB spearheaded the first Documentary Policy Summit at Hot Docs in Toronto, in May 2004. The summit will be held again in coming

---

[6] Nordicity Group, *Getting Real: Economic Profile of the Canadian Documentary Production Industry* (March 2003), p. 1.

[7] See the recent Government Response to the Standing Committee on Canadian Heritage's Report on Broadcasting, *Our Cultural Sovereignty: The Second Century of Canadian Broadcasting* (Ottawa: 2003), p. 13.

years. In 2005, the NFB, in collaboration with the Cannes Film Festival, will launch the Norman McLaren Prize for the winner of the Palme d'or for best short.

To ensure the best possible distribution of our audiovisual assets in all our markets and territories, we have also pursued and developed partnerships with National Geographic and Gaumont Pathé to market our stock shots and film clips.

Educational partners

The NFB fosters close ties with educational broadcasters, educators, teaching and research institutions and libraries. A special effort has been put into forging closer relationships with school systems. The NFB has formed partnerships with many libraries all over Canada. We are providing teaching materials, organizing workshops at numerous regional and provincial teachers' conferences and offering teacher-training events in universities. We have recently taken part in a digital closed-circuit TV pilot project with Alberta's ministry of education.

Working with the Government of Canada

The NFB relies on the Department of Canadian Heritage and its agencies to co-ordinate heritage activities and respect pan-governmental priorities. With other agencies and Crown corporations within the same portfolio, the NFB sits on a number of committees and task forces, such as the Canadian Heritage Portfolio Shadow Committee, which discusses common issues.

The NFB often works with federal government cultural agencies to align its policies with those of Telefilm Canada and the Canada Council for the Arts, while seeking production and broadcasting opportunities with the CBC/Radio Canada. Another project is e-cinema; with Telefilm Canada, SODEC and Daniel Langlois's company DigiScreen, we are exploring the use of digital projectors in theatres.

The Spark initiative, under which internships and training are offered to filmmakers and craftspersons from various cultural or Aboriginal communities, is another example of collaboration between the NFB and other federal cultural agencies. The program, a three-year partnership with the Department of Canadian Heritage being run in parallel with Telefilm Canada and the Canada Council for the Arts, is an NFB initiative that will continue in 2005-2006.

The NFB is also a party to the Interdepartmental Partnership with the Official-Language Communities (IPLOC). The aim of this initiative of the Department of Canadian Heritage, launched in June 2000, is to help official-language minority communities flourish by strengthening the support of federal cultural agencies. The NFB and its regional partners have managed to provide structural assistance to minority communities by promoting new opportunities for creation and collaboration, such as training for groups of French-speaking filmmakers from Canada, offered from time to time in target communities. For English-minority filmmakers in Quebec, the NFB helped set up Doc Shop 2004–2005, a program that aims to identify new talents and give them a first positive experience in making and distributing documentaries.

http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/lo-ol/ci-ic/ipolc_e.cfm

The NFB is also taking part in the Canadian Memory Fund, the primary objective of which is to connect all Canadians with the riches of Canada's heritage by making key Canadian cultural collections held by federal institutions available free of charge via the Internet in both official languages. This involvement has enabled the NFB to digitize a large part of its collection and make it available online by means of CineRoute and the part of its Web site devoted to educational materials. The online projects supported by the Memory Fund are Documentary Lens/Objectif Documentaire, the online film library and *Images of a Forgotten War*, which provides access to footage shot in the First World War.

http://www.pch.gc.ca/progs/pcce-ccop/progs/mem_e.cfm and www.nfb.ca

4. Internal and external factors

As the NFB moves into the last phase of its 2002–2006 Strategic Plan, it will continue to consolidate the many changes brought about in the past three years. Our objectives are still to:

- Define and position the NFB in its essential role in the Canadian audiovisual landscape in the context of a new global reality
- Connect Canadians with the NFB of today and their audiovisual legacy
- Make the NFB a better and more relevant reflection of Canadian society
- Confirm the NFB's role as an incubator of creative excellence and innovation
- Maintain and nurture the NFB's human capital
- Demonstrably increase the NFB's return on investment

The risks, challenges and opportunities associated with these factors and how they affect the NFB

Risks

External risks include insufficient distinctive access to channels for the distribution, broadcasting and promotion of NFB films. Due to limited access to broadcast outlets, unsatisfactory time slots in programming schedules and lack of on-screen identification, Canadians cannot view, or have a hard time viewing, NFB films, and are seldom, if ever, aware that they are watching NFB films. The NFB has other, sometimes more expansive but in the long run more effective, means of engaging Canadians in a dialogue on issues that matter to them, and being recognized for doing so.

Challenges

Funding

In this period, one of the major challenges facing the NFB continued to be a decline in financial resources. The NFB could do better if it had the resources commensurate with its responsibilities. It must be able to count on a more substantial injection of funds if it is to continue to play its many essential roles in preserving, producing and distributing films

Maximizing revenue in a rapidly changing industry

The NFB has one of the world's largest audiovisual catalogues and a stock shot library. Broadcasting licences, repackaging for specific markets and customized products for the educational system are among the means we can use to increase revenues. However, we are operating in an industry that is undergoing dramatic changes, making it very difficult to establish precise forecasts. It bears repeating that the core values of the NFB cannot be compromised and that the goal of maximizing revenues must be balanced against cultural and outreach goals, which are not primarily commercial in nature.

Rights

In addition, the NFB cannot buy short-term rights for a single use the way a TV broadcaster does. It must also buy rights to historically significant films to ensure that they remain accessible to Canadians. This is an NFB responsibility as a public producer. The rising cost of acquiring rights directly affects the cost of productions and does represent a growing challenge.

Restructuring

The NFB has chosen to restructure some of its activities to better reach the objectives of its strategic plan. In the past, marketing activities were dispersed across several branches of the Board. To ensure a more concerted effort and a greater impact of its approach to marketing and distributing its productions, the NFB will set up a Marketing Branch. Also, to better serve its production, distribution and accessibility functions, the Innovation and Technical Resources Branch will be granted basic funding, instead of being funded on an internal cost-recovery basis. This should help us to optimize the use of our human and physical resources. Finally, international co-production activities will be folded into the NFB's French and English Programs. We believe that our international co-productions are now an integral part of our production activities.

Opportunities

Distribution of documentaries

A few private-sector companies remain key distributors of documentaries, but most often these players concentrate on series or documentaries that primarily *entertain*. Given this context, the NFB plays a unique and essential role in the distribution of documentaries. It is also worth noting that this is a highly competitive sector, as the disappearance of a number of private distributors, including Cinéma Libre in Quebec and Magic Lantern from the Canadian institutional market, shows. The distribution of documentaries proves labour intensive and costly. Unfortunately, as is often the case, licensing fees are not commensurate to the level of activity and cost necessary to promote and distribute documentaries with commercial success. This leads to tremendous pressure to operate.

New digital distribution technologies

The pace of technological change and Canadians' demand for a greater diversity of films provide interesting opportunities not just for the NFB, but for Canadian films in general. E-cinema has been examined as an alternative exhibition network and deemed viable. The NFB and Telefilm Canada commissioned a study in 2004–2005 to examine an e-cinema network. The study demonstrated that even in a conventional approach modelled on the existing exhibition system there are strong public-policy imperatives to join the ranks of other countries that are encouraging private industry to roll out, or adapt existing exhibition infrastructures to accommodate digital projection. The advantages for Canada in supporting e-cinema are immense. It would (1) increase the range and diversity of films offered to the country's viewers, including Canadian films, feature docs and first features, (2) give smaller, more remote communities access to first-run features, (3) permit interactivity and (4) be a lower-cost distribution and exhibition system, after the initial installation.

5. The NFB's contribution to federal government priorities

The NFB contributes directly to the achievement of the federal government's priorities through the Department of Canadian Heritage. These priorities, identified in the Speech from the Throne in October 2004 and the Budget Speech in February 2005, are of strategic importance to the NFB.

a. Communities: The government is committed to connecting and helping communities become more vibrant, heighten their cultural influence, achieve greater cohesion and become partners in strengthening Canada's social foundations. The NFB produces Canadian audiovisual works, in both official languages, that address social issues of concern to communities across the country. Our productions give expression to diverse voices, communicate a sense of pride in Canada's history, diversity, traditions and accomplishments, and promote Canadian values and cultural interests, not only here but around the world. NFB films and projects help to encourage citizen engagement, by bringing people together for dialogue, which ultimately leads to stronger communities. The significant social impact of NFB films is the result of integrated communications and marketing, outreach and distribution strategies and activities.

b. Cultural diversity and Aboriginal points of view: In keeping with the government's commitment to Aboriginal and culturally diverse communities, the NFB plays a unique role in the production and distribution of audiovisual works by members of these communities. A good example of this would be the Reel Diversity initiative.

c. Environmental management: The government has promised to make the environment a priority. The NFB helps achieve this objective by producing audiovisual works that offer food for thought and stimulate discussion on the subject. It helps make Canadians aware of environmental issues. The series *Arctic Mission* represents a stellar example of how the NFB fosters reflection and engagement among Canadian citizens.

d. Plan for learning and child care. The NFB contributes to this plan through its activities in the educational sector. The NFB distributes educational productions particularly well

suited to our school clientele, which includes early childhood centres and preschools. The NFB has also developed materials for teachers of all levels. NFB films are shown in schools throughout the country, contributing to creating a common bond among young Canadians. The NFB also welcomes thousands of children and teens to creative workshops and summer day-camps in Toronto and Montreal.

e. International affairs: The government has identified culture as a valuable export. The NFB has a strong international reputation as an organization that embodies Canadian values, interprets Canada to the world and opens doors for Canadian artists and film enterprises abroad. The NFB is forging international alliances, seeking new revenue opportunities, broadening its audience base and examining issues of concern to Canadians and to global audiences.

f. Technology: The government seeks to modernize federal cultural institutions, with the new technological possibilities of the digital age. The NFB can play an active role, especially through our Innovation and Technical Resources Branch, whose services involve pre- and postproduction assistance, training and access to equipment. Experimenting with new media technologies is also a hallmark of the National Film Board. For example, several of our animation films have used Sandde®, a revolutionary 3-D animation tool. The NFB is a recognized leader and Oscar® winner in film and digital imagery.

6. Canada's performance in 2004

Canada's Performance: Annual Report to Parliament 2004 states that the NFB contributes to the pursuit of "a world where Canada has a positive influence and profile." It also says that the National Film Board of Canada contributes to "a vibrant Canadian culture and heritage." We feel that the NFB's activities also contribute to:

- Canadian identity and social cohesion
- An informed and involved Canadian public
- A strong, culturally diverse film and television industry recognized for the quality of its productions

SECTION III—ANALYSIS OF PERFORMANCE BY STRATEGIC OUTCOME

Strategic Outcome

The NFB's strategic outcome is to produce and make available relevant, ambitious and innovative audiovisual works that offer Canadians a deeper understanding of Canada and the world.

Program Activity 1. Production of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 1 of 2004–2005 RPP)

The NFB's main mandate is to produce relevant and distinctive audiovisual works that address major social issues at home and abroad, and to encourage the diversity and richness of our country's communities, for the greater benefit of Canadians. Documentary and animated films produced by the National Film Board use innovative technologies and a variety of production formats. These films help foster knowledge, education, social innovation and citizen involvement.

2004–2005 RPP		2004–2005 DPR (according to PAA)	
Strategic Outcomes	**Priorities**	**Activities**	**Priorities**
Relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.	1. Make the NFB's overall program more relevant to Canadians today. 2. Place innovation at the forefront. 3. Champion cultural diversity and Aboriginal voices.	**Production**: Overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual productions. A working environment that fosters partnerships with established or emerging filmmakers of various ethnic backgrounds as well as joint ventures with private producers.	1. Maintain an overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual productions. 2. Strengthen the NFB's ability to identify and to work with leading talent—championing emerging, culturally diverse and Aboriginal talent. 3. Encourage partnerships through co-productions. 4. Strengthen innovation in content, form and technology. 5. Maintain the development of international co-productions.

Financial Resources (in thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
49,120	50,481	46,891

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- Net spending planned for the fiscal year (Planned).
- Net spending planned for the fiscal year, plus additional funding that Parliament decided to grant the NFB in light of changing priorities and unexpected activities (Authorities). In 2004–2005, authorities included additional amounts received to cover special initiatives and programs such as online activities, the IPLOC program, the Canadian Memory Fund, the Spark program and funds carried forward from the previous year. Some funding was withdrawn as part of government-wide reallocation.
- Total net spending for the fiscal year (Actual). The difference between actual spending and total authorities is attributable to, among other factors, lower expenses and higher presales than anticipated. The planned revenues were set at $1,006,000, while the results attained $2,467,000.

Human Resources

Planned	Authorities	Actual
284	284	281

Expected results for this program activity:

- Understanding and awareness by Canadians of diverse issues that are relevant to them
- Stable industry employment levels
- A new generation of documentary and animation filmmakers
- The NFB as an international reference in documentary filmmaking
- At least 85% of programming treats social issues
- Programming focuses on point-of-view documentaries, animation, alternative fiction and new media
- Innovative and experimental projects
- A significant number of co-productions
- Development and upgrading of new talent

Indicators used for this program activity

The NFB's performance with respect to these program activities will be measured using these indicators:

- Diversity of genres and subject matter in NFB productions
- Level of audience reach and interest in films (television, non-television audience and Web site traffic and viewers at community screenings)
- Recognition in the form of awards won at home and at foreign festivals
- Number of innovative applications
- Engagement of Canadians
- Diversity on screen and off
- Change in number of co-productions

Priorities

1. **Maintain an overall programming slate of distinctive, challenging and relevant audiovisual works**

Indicators

- **Diversity of genres and subject matter in NFB productions**

In 2004, the NFB's production varied greatly in genre and in content. Close to 85% of the films dealt with various social issues. The Board made 135 films, videos and multimedia works, including 57 co-productions with the private sector.

One of the NFB films that has fostered social commitment on the part of Canadians is Diana Watson and Leanne Allison's *Being Caribou*, which explores the development of natural resources in the Far North and its impact on animal populations such as caribou.

No Place Called Home by Craig Chivers takes a close look at the day-to-day problems faced by a poor, homeless family in Canada. The film captures, in striking fashion, what it means to be poor in Canada in the 21st century.

In *ScaredSacred*, Velcrow Ripper raises questions about the human experience in its darkest moments—Auschwitz, Hiroshima, Wounded Knee—and challenges the audience to think about how we can transcend these experiences and turn them into a source of hope and inspiration.

Health care is a constant concern for Canadians. Our life styles and the demographic trends raise some important questions. In *Édith et Michel (Édith and Michel)*, Jocelyne Clarke explores the daily lives of a couple in which one member suffers from Alzheimer's. Glynis Whiting's film *The Weight of the World* focuses on obesity and examines how Western societies have made themselves sick. Also worth noting is the media attention prompted by the broadcasting of Lina Moreco's *Médecine sous influence (Medicine Under the Influence)*, which deals with the extreme use of advanced medical technology on newborns and the impact on their families. John Ritchie's film *The Ties That Bind* was seen by a huge number of people, perhaps in part as a result of a Web site set up a year before the film came out, which soon mobilized a whole

community of people living with disabilities and of the helpers who share their daily lives. This experience was quite revealing of the way in which we can help create bonds between isolated interest groups.

Having a sizeable collection of films by Aboriginal Canadians, the NFB organized a retrospective of 13 flagship productions that have marked First Nations filmmaking in Canada. This joint project with broadcaster APTN explored the main themes of Canadian Aboriginal history, identity and heritage.

Major international issues are also the subject of many NFB productions. Co-produced with Barna Alper of Toronto, Avi Lewis's and Naomi Klein's *The Take* examines globalization, using the example of Argentina, where laid-off factory workers occupy their former workplace and breathe new life into it. *Ce qu'il reste de nous (What Remains of Us)*, co-produced with Nomadik Films and directed by François Prévost and Hugo Latulippe, raises questions about the survival of the Tibetan people and offers them hope in the form of a prerecorded message from the Dalai Lama, who has been in exile for over 50 years. Paul Cowan's film *The Peacekeepers* presents a portrait of the UN peacekeeping mission in the Democratic Republic of Congo, as it seeks to re-establish a semblance of order and prevent another Rwanda. In the Middle East, *Soraida, une femme de Palestine (Soraida, a Woman of Palestine)* by Tahani Rached explores the daily life of a courageous Palestinian woman who lives in the occupied territories. It takes the form of a diary of small victories and resistance to conflict.

Web sites such as CitizenShift <http://citizen.nfb.ca> and Parole citoyenne <http://citoyen.onf.ca> are dedicated to creating an aware citizenry and dialogue among Canada's citizens and disparate communities. These are public electronic spaces that tackle social issues such as citizenship, poverty, health and democracy. They invite real participation and full partnerships, via the Internet.

The series *My Brand New Life (Je vis ta vie)*, co-produced by Les Productions La Fête, is devised by young people, for young people. Consisting of documentary shorts, the series gives young people an opportunity to broaden their cultural horizons by immersing themselves in a day-to-day existence that is completely different from their own. In *A Border Story (Histoire de frontières)*, a girl from Washington visits a boy in Ottawa on July 1, and then the two of them meet again in the U.S. capital on July 4. In *School's Out (Enfin la récré)*, three students trade places with the principal, the janitor and a teacher.

In 2004–2005, the NFB produced videos and Web sites on school and family life, science and the interactions between young people from different backgrounds. Complementing the production *Teaching Peace in a Time of War*, by Teresa MacInnes, the multimedia toolkit *Peace@School* provides practical tools to elementary and secondary schools on ending violence and creating a culture of peace. The documentary *It's a Girl's World (Une affaire de filles)*, directed by Lynn Glazier, tackles the problem of bullying at school from a girl's viewpoint. On its Web site, the NFB provides a range of resources that help teachers use our collections in the classroom. With two NFB microsites - as Documentary Lens/Objectif Documentaire and Images of a Forgotten War - the NFB offers real alternatives to the commercial products that young people are constantly bombarded with, as well as providing material for teachers.

The NFB launched or continued several Internet projects in 2004–2005. One example is Silence, on court!, which gives online visitors an opportunity to view short films made by dynamic young filmmakers from Canada and elsewhere. As part of the Hothouse project, emerging filmmakers can show their latest animated films online, made and edited in less than 12 weeks!

On the basis of this performance indicator, we have achieved the results we set ourselves in the 2004–2005 RPP, as well as in the PAA for this program activity. NFB-produced films have made a highly successful contribution to the achievement of our priorities and commitments.

- **Level of audience reach and interest in films (television, non-television audience and Web site traffic)**

The television audience share of NFB productions indicates to what degree we are reaching TV viewers. In 2004–2005, the available data suggest that NFB productions are being broadcast more often but that audience share is declining.

Television audience

NFB films are a major source of distinctive, relevant Canadian content for the Canadian broadcasting system and are viewed on a wide variety of television stations, general and specialty, analogue and digital. The NFB has been a partner, with the CBC and Corus, in the digital Documentary Channel since it was launched in 2001. Moreover, the large number of co-productions made with the NFB enhances the value of its brand image and that of its partners.

As Tables 1 and 2 below show, NFB productions were broadcast on TV a total of 2,063 times, in French and English, in 2004–2005, an increase of around 10% over the previous year; the total number of television viewers reached declined slightly, however, to 8,539,000 people (9,341,000 in 2003–2004).

Table 1

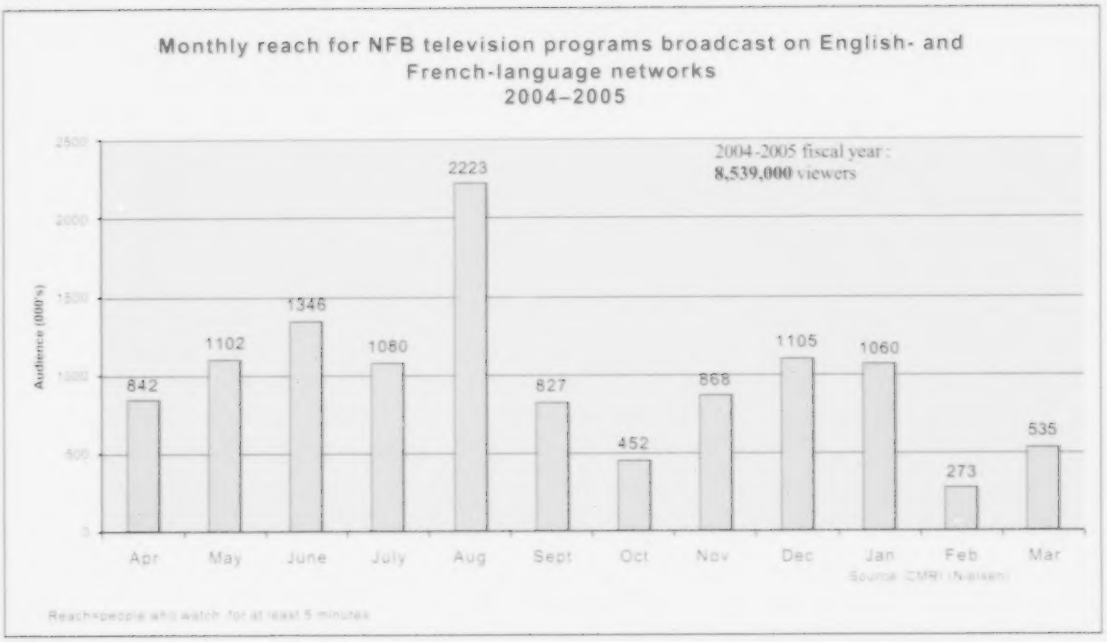
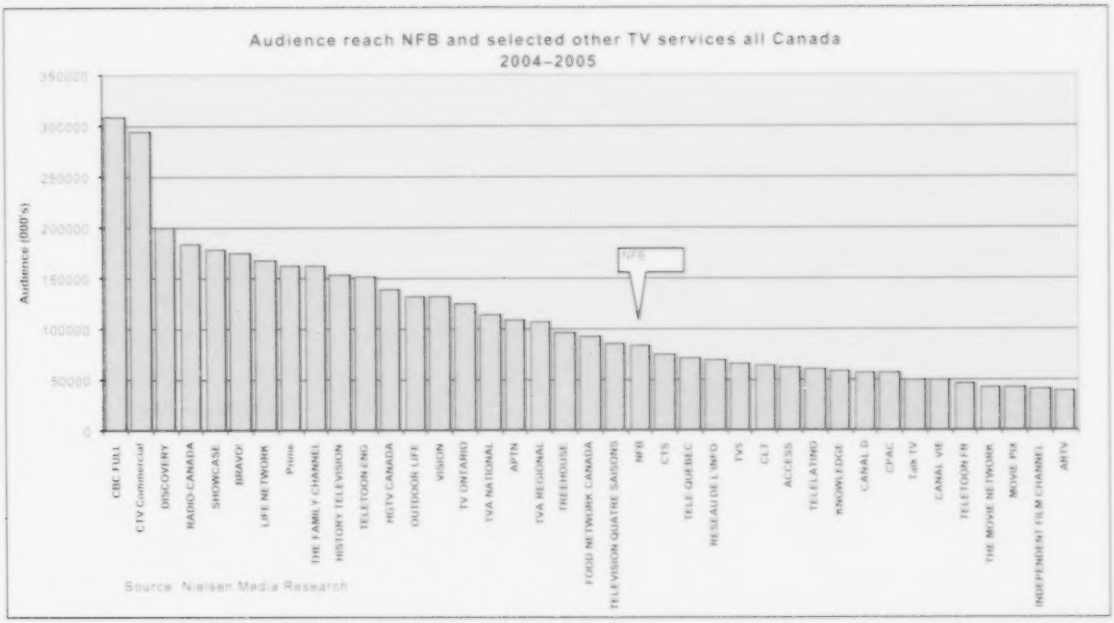


Table 2



In Canada, NFB films have chiefly been shown on Bravo, CBC, APTN, CBC Newsworld, the Documentary Channel, Radio-Canada, History Television, Access Learning, Canal D and Télé-Québec.

Some films have captured huge audiences. *The Take* garnered some of the best results in March 2005, attracting 519,000 viewers to CBC. *Turbulent Waters (Les navires de la honte)* drew over 215,000 viewers on Télé-Québec. The series *The Nature of Things*, on CBC, shows a number of NFB documentaries each month, and attracts a good share of the viewing audience.

Web site development and traffic

Over the years, the NFB's Web site has become the main way that people, both in Canada and other countries, use to find out about National Film Board of Canada. There was an increase of close to 25% in the number of page impressions. This year again, the number of visitors increased over the preceding year, from 40,507,512 user sessions in 2003-2004 to 44,045,864 in 2004-2005. Furthermore, the length of the average sessions rose from 13 to close to 19 minutes, probably reflecting an increase in the number of online viewing sessions. During the year, the NFB began redesigning the site and the new version was online in early 2005.

On the basis of this performance indicator, we partially achieved the goals we set ourselves in the 2004–2005 RPP, as well as in the PAA, for this program activity. The films produced by the NFB made a satisfactory contribution to the achievement of our priorities and commitments. While still large, our television audiences declined in 2004–2005. Several factors are involved in this decline. According to our data, the number of hours in which NFB productions were broadcast increased, but the channels, especially the specialty channels, that broadcast them attracted fewer viewers. We are, nevertheless, managing to reach a large number of Canadians, and our results for the beginning of the 2005–2006 fiscal year are extremely promising.

- **Recognition in the form of awards won at home and at foreign festivals**

Recognitio n by the Canadian and foreign industry of the excellence of NFB films is a measure of the competitiveness—that is, the quality, relevance and innovation—of its productions. The number of awards garnered by the NFB at various festivals over the year, in comparison with the year before, is shown in the table below.

Awards Won

	2003–2004	2004–2005
Canada	**38**	**76**
International	**79**	**128**
Total	**117**	**204**

In 2004–2005, the NFB's productions and craftspeople garnered an impressive 204 awards and distinctions for works produced in Canada, but also at prestigious international events. Some awards were given in recognition of the memorable contribution that our filmmakers have made to Canadian cinematography. Alanis Obomsawin received the International Documentary Association's Pioneer Award for her outstanding contribution to the advancement of documentary filmmaking. The tribute, by the Rendez-vous du cinéma québécois, to Anne Claire Poirier for her film work as a whole and by the International Women's Film Festival in Créteil, France, should also be noted.

At the top of the list this year is the co-production *Ryan*, which recounts the life of Ryan Larkin, a celebrated NFB animator who now panhandles on the street. To tell this story, director Chris Landreth used an innovative technology that breaks new ground in animation. In 2004-2005, this film alone has garnered over 41 awards throughout the world, including the National Film Board of Canada's 11th Oscar®. The film also received awards in Cannes, Annecy, Hiroshima and Ottawa.

The co-production *Ce qu'il reste de nous (What Remains of Us)* was invited to the Times London Film Festival and to the International Documentary Film Festival in Amsterdam, was screened during the Critics' Week at Cannes, and received awards at the Atlantic Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Hollywood Film Festival. This film was also honoured at the 7th Jutra Awards. At the gala, filmmaker Michel Brault, who spent a large part of his career at the NFB, was also presented with a Jutra for his overall contribution to Quebec cinema

We should also note the Toronto International Film Festival's recognition of the relevance and quality of NFB films when it rated three NFB productions among the ten best Canadian films of 2004. Canada's Top Ten celebrates and promotes contemporary Canadian cinema with a view to raising public awareness of Canadian achievements. This recognition is particularly significant.

The NFB came away from the Gémeaux 2004 gala with a number of prizes: the award for best documentary on culture went to *Le cabinet du docteur Ferron (The Cabinet of Doctor Ferron)*, which is part personal portrait and part literary meditation on the great Quebec author Jacques Ferron. Another NFB production, *Noël Noël*, was awarded the prize for best animated program or series. This story that reinvents Christmas with colourful, original characters was directed by Nicola Lemay. With a remarkable audience share even on its initial broadcast, *Marché Jean-Talon* garnered the multiculturalism award and the award for best documentary series. Directed by Jean-Philippe Duval and Hélène Choquette, this six-episode series featuring some captivating characters from Montreal's Jean Talon Market was produced by Francine Allaire and Sylvia Wilson of Productions Galafilm, in co-production with Monique Létourneau of the NFB. Also, the *Arctic Mission* documentary series, and also its Web site, have garnered awards this year, including at the Gémeaux gala, where this co-production won for best Web site, best editing and best sound recording.

On the English side, the NFB garnered 7 Gemini Awards. Anand Ramayya's film *Cosmic Current* carried off the prestigious Canada Award. This prize honours excellence in mainstream

television programming that best reflects the racial and cultural diversity of Canada. *Cosmic Current* follows Ramayya's modern-day spiritual pilgrimage to India after he discovers that a life-threatening illness has struck a member of his family. This win marks the third time the NFB has garnered the Canada Award. Other awards included John Walker's *Men of the Deeps*, a portrait of a group of former miners gathered together by their love of song, which garnered a total of 3 awards, including Best Photography in a Documentary Program; Best Sound in a Comedy, Variety, or Performing Arts Program and Best Performing Arts Program or Arts Documentary Program. *The Arctic Mission* series captured two awards including Best Direction in a Documentary Series for *Lords of the Arctic* of Caroline Underwood. In this episode, wildlife specialist Caroline Underwood focuses on northern wildlife and its close and tragic relationship to climate change. The series also won Best Sound in an Information/Documentary Program or Series for Hubert Macé de Gastines and Marie-Claude Gagné for their episode entitled *The Great Adventure*. *The Arctic Mission* series is a co-production of Glacialis Productions, the National Film Board of Canada and Gedeon Programmes. Award-winning filmmaker Peter Raymont garnered a Gemini for Best Direction in a Documentary Program for the film *The World Stopped Watching*. The film follows Raymont and Harold Crooks as they revisit Nicaragua in 2002 to discover what became of a nation no longer in the glare of the world's media.

We should also note that our Web site Perpetual Motions (Engrenage), which showcases the work of emerging artists, won the 2004 Boomerang award for best interactive multimedia creation in Quebec.

NFB films have been nominated for many others awards as well. The co-production *Hardwood*, director Hubert Davis's first film, was nominated for an Oscar®. It tells how his father, Mel Davis, who was a member of the Harlem Globetrotters, influenced his own life. Also nominated was *Accordion/Accordéon*, by Michèle Cournoyer, the only Canadian film in competition at the Cannes Film Festival in 2004. In short, 2004-2005 was an exceptional year, with four NFB films representing Canada at Cannes and two at the Oscars®.

All these nominations are a clear indication of the quality of NFB productions and of the recognition that the Board enjoys among its partners in the film and television industry, in Canada and elsewhere in the world.

This performance indicator clearly demonstrates the excellence and critical success achieved by the NFB in winning recognition for its activities through the awards and prizes it has garnered at festivals and galas. We are very satisfied with the results obtained in 2004–2005, and especially with the Oscar® given to the co-production *Ryan*. We firmly believe that these activities fit into our plans and priorities and helped us achieve our strategic outcome contained in the Program Activity Architecture.

2. **Strengthen the NFB's ability to identify and to work with leading talent—championing emerging, culturally diverse and Aboriginal talent**

Indicator

- **Diversity on screen and off**

It is essential for the NFB to provide Canadians with audiovisual productions that reflect our country's cultural diversity, both on screen and behind the camera.

For instance, Indo-Canadian filmmaker Anand Ramayya's documentary *Cosmic Current* is a reflection on ethnicity, personal identity and family.

A number of films made in 2004–2005 focus on cultural diversity or were made by directors from a diverse range of cultural backgrounds. Here are just a few examples:

- *Mr Mergler's Gift*, directed by Beverly Shaffer, is a magnificent ode to the power of music that transcends generations and ethnic origins.
- *Mon fils sera arménien (My Son Shall Be Armenian)*, by Hagop Goudsouzian, follows six Canadians of Armenian origin as they return to their ancestral homeland.
- *Two Worlds Colliding*, Tasha Hubbard's first film, tells the tragic story of Aboriginal Canadians left by police officers in an empty field on the outskirts of Saskatoon in mid-winter, the results of the investigation conducted by the RCMP, and the deep divisions that mark relations between Native and non-Native Canadians in the city.
- *El Contrato*, by Min Sook Lee, follows the annual trip to Ontario made by a Mexican father in the hope of earning a little money to meet the needs of his family. The documentary examines the working conditions of migrant workers who perform difficult, poorly paid jobs that the people who live in the area refuse to do.
- *Inuuvunga—I Am Inuk, I Am Alive*. This documentary is the outcome of an NFB project to teach filmmaking to eight young Inuit from Nunavik, under the supervision of prize-winning independent filmmakers Daniel Cross and Mila Aung-Thwin.

Another project that deserves mention is the Wapikoni Mobile. The result of a collaborative effort by federal, provincial and First Nations organizations, this travelling production studio, training and filmmaking project provided young people in six Aboriginal communities in Quebec with an opportunity to learn by doing. These young filmmakers have produced a number of shorts. Upon completion, their films are shown online in the hopes of sparking debate and exchanges between people on the Net. This project had only just begun to take shape when an urban version, Video Paradiso, giving young street people in Montreal and Quebec City a chance to make their own films, was launched.

One of the ways the NFB gauges the relevance of its audiovisual content is to examine the diversity of the filmmakers. In 2004–2005, 8% of French Program productions and 17% of those

of the English Program were made by filmmakers from Aboriginal, ethnic or cultural minority communities.

The Spark initiative and the IPLOC program have had a significant impact on the skills of various cultural communities and official-language minority communities.

With an initial term of three years, the IPLOC program is intended to create production and distribution opportunities for members of minority-language communities by providing them with training and upgrading, improving access to Canadian films and promoting these films. This initiative enabled the production of these films, among others:

- *Des maux à l'action (A Call to Action)*, by Carl Thériault. This documentary examines the anger of activist Gaétan Héroux as he fights against the social and economic injustices suffered by Toronto's poorest residents. With words no longer enough, he decides to go into action, and to get things to change, he adopts new tactics—those used by the Ontario Coalition Against Poverty (OCAP). This short was chosen for the Doxa festival in May 2005.

- In her documentary *Une école sans frontières (A School Without Borders)*, director Nadine Valcin, with her Steadicam, explores the reality and touching stories of seven young French-speaking immigrants who are students at a French high school in Toronto. In spite of what are often inadequate resources, the teaching and support staff at the school devote themselves to welcoming young immigrants and helping them to integrate into society.

In addition, IPLOC funds a series of training and cultural event workshops in Canada. Here is a sampling:

- FormAction Winnipeg 2004–2005
- FormAction Vancouver 2004–2005
- FormAction Bravo-Sud 2004–2005
- Festival des vidéastes du Manitoba (FVM) 2004–2005
- Producer development 2004–2005
- Doc Shop 2004–2005

This year, following on from work done last year, the Spark (Déclic) initiative, which is the result of a partnership with the Department of Canadian Heritage that involves Telefilm Canada, the NFB and the Canada Council for the Arts, enabled several dozen young filmmakers and craftspersons, including many from minority groups, to develop their film projects or to work as assistants in a number of fields (sound recording, film editing, new media production, etc.).

A high proportion of independent filmmakers who have benefited from the Filmmaker Assistance Program (FAP) or the Aide au cinéma indépendant—Canada (ACIC) program, which are managed respectively by the NFB's English Program and the French Program, were emerging filmmakers. All in all, the FAP provided support for 195 projects, and the ACIC for 96 projects. The success of films such as Helen Doyle's *Soupirs d'âme*, which won the Émile Nelligan Foundation award for best essay when it premiered at the International Festival

of Films on Art in March, is a convincing example of the relevance of these programs without which, innovating, stimulating works could not be made.

Hothouse and Momentum are two other programs for nurturing young talent that continue to help emerging filmmakers produce quality, low-budget, short documentaries (in the case of Momentum) or to provide young animators with intensive training that teaches them all the ins and outs of making an animated film, from creation to final mix and video mastering (in the case of Hothouse).

In 2004–2005, the Momentum program was in its second year, and the scope was broadened, so that for the first time in Toronto, 23 French-speaking participants were welcomed, in addition to 103 English-speaking participants. In early January, they all took part in an intensive week of training workshops and at the end were invited to submit a proposal for a short on the theme "Democracy (Citizen Engagement)." The films of the four finalists whose proposals were selected—*Citizen Z* by Cavan Young, *Good Forum* by Peter Janes, *Life Lessons at the Lula Lounge* by Kyle Stone and *Soldiers for the Street* by Ngardy Conteh—were premiered at the Lafontaine-Baldwin Symposium in March in Toronto. Momentum 2005 also made possible the production and distribution of four documentaries: *Smudge* by Gail Maurice, *Selwyn* by Bryan Friedman, *Sanctuary* by Jamie Escallon-Buraglia and *Glove Story* by Sarah Lazarovic.

Reel Diversity is part of the overall commitment by Canada's public producer of audiovisual works to provide a more accurate reflection of the diversity of our country on screen and off. This was the fourth year that the Reel Diversity competition was open on a national scale. So far, Reel Diversity has enabled the programming of 20 films, including *Cosmic Current* from director Anand Ramayya and *Film Club* from Toronto director Cyrus Sundar Singh; both won the Academy of Canadian Cinema and Television's prestigious Canada award. This year, *In the Shadow of Gold Mountain* by Karen Cho, the winner of the Reel Diversity competition, looks at the injustices suffered by Canada's Chinese community who were subjected to the Chinese Head Tax and Exclusion Act between 1885 and 1947.

To ensure Canadian diversity in front of and behind the camera, the NFB's activities have helped achieve the expected results set out in our Program Activity Architecture. We are very satisfied with the work done by the National Film Board and its many partners, and we believe we have made a significant contribution to the achievement of the Board's plans and priorities. We are recognized, at home and abroad, as an essential vehicle of the diversity of Canada's cultural communities.

3. **Encourage partnerships through co-productions**

Indicator

- **Increase in number of co-productions**

The NFB regularly co-produces films with domestic and foreign partners in order to take advantage of Canadian and international creativity and know-how. These partnerships also help us to increase our business opportunities for the mutual benefit of both the NFB and its partners. Program Activity 2, Distribution, addresses these benefits in greater detail.

4. **Strengthen innovation in content, form and technology**

Indicator

- **Number of innovative applications**

The NFB continues to focus on creativity, innovation and experimentation in form and content. To this end, it has made research and development a top priority. The 2004–2005 fiscal year was marked by consolidation and further development of digital technology. The arrival on the market of affordable high-definition (HD) cameras and increased opportunities for HD television broadcasting are generating growing demand for HD content, and this trend is bound to continue. Three HD films produced or co-produced by the NFB were completed this year: *The Peacekeepers* by Paul Cowan, *War Hospital* by Damien Lewis and David Christensen, and *Mission Baleines: Les gardiens de la mémoire (Whale Mission: Keepers of Memory)*, the new *Sedna IV* sailboat expedition, directed by Jean Lemire.

Chris Landreth's film *Ryan* has not only won many awards, it also combines a variety of new and conventional animation techniques. Some of these techniques were developed with the assistance of the Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC) and the University of Toronto. This outstanding work garnered the jury prize at the last SIGGRAPH computer animation festival. SIGGRAPH is the largest professional association of computer graphics specialists in the world. Every year it organizes a conference that is regarded as the best forum on digital imaging and interactive communication technology. The computer animation festival held as part of the conference is recognized worldwide as stimulating and inspiring for both artists and technology experts.

The NFB has also devoted considerable effort to mentoring projects and to master classes, which serve to promote filmmaking and the transfer of knowledge and skills. While these activities strengthen innovation, they also help achieve objectives designed to support Canadian filmmakers and make the NFB a model for documentary and animated filmmaking.

Innovation is not easy to measure accurately. The development of knowledge generally occurs over a long period of time. In many cases, small improvements in long-standing techniques or conventional ways of doing things are all contributions that drive innovation. Nevertheless, the

NFB, through its activities, does contribute to the technological development of film and television. It also makes sure that this knowledge benefits the film industry, in Canada and elsewhere.

Despite all our efforts, however, we do not always manage to go as far as we would like: this is the case, in particular, in the area of technological innovation. While we have begun to set up an electronic cinema (e-cinema) network that will allow Canada to take its first steps on a path already taken by countries such as the United Kingdom, China and Brazil, the establishment of this network of movie theatres equipped with digital projectors for showing films at affordable prices is progressing at a slower rate than we would like. Still, at a juncture when distribution is increasingly dominated by major U.S. corporations, we have a duty to assert ourselves culturally and become the driving force behind this distribution network.

5. Maintain the development of international co-productions

Indicator

- **Increase in number of international co-productions**

At the Banff Television Festival in June 2004, the NFB and Japanese broadcaster NHK announced the start-up of the co-production *Pole to Pole*. The two institutions are joining forces using new technology to explore global climate change at the Earth's poles and to encourage a greater awareness and global understanding of what this means for our future. This international joint venture combines the resources of NHK's Antarctic research with the award-winning NFB co-produced HD series Arctic Mission.

The France-Canada co-production *Le dernier trappeur* has been a big hit in France. According to the most recent figures, it has sold over 2,200,000 tickets. An exit poll conducted outside movie theatres by the French magazine *Écran Total* reported a satisfaction rate of 95%. Shot in the Yukon under extreme conditions, this is a docudrama on the daily life of one of the last traditional trappers, living disconnected from the needs created by modern society. Along with his Nahanni wife, Nebaska, trapper Norman Winter shows us what has become an endangered way of life, against the breathtaking landscape of the Rocky Mountains. The film also prompts us to think about the future of our planet, under threat from global warming and deforestation.

The Peacekeepers is a feature-length film providing an insider's look at how political, military and financial decisions affect the future of one failed state, this time in the Democratic Republic of Congo (DRC). With unprecedented access to the UN Department of Peacekeeping Operations, the documentary pivots between New York and the DRC, showing the complexity of putting together a rescue mission in a dangerous, dysfunctional country that most nations want to avoid.

Results for Program Activity 1. Production of audiovisual works

Through its productions and its co-productions with private-sector producers in Canada and abroad, the NFB has achieved its objectives satisfactorily. NFB productions are diversified with respect to both form and content. We would certainly like to reach more Canadians through television broadcasting, as it remains a powerful communications medium. Unfortunately, we are dependent on the broadcasters. To us, it appears increasingly important for the NFB to have its own TV broadcasting channel.

We are extremely proud of the many awards garnered by NFB productions and co-productions. They bear witness not only to the critical success of our productions, but also to their quality. We are recognized throughout Canada as well as at the major foreign festivals and markets. We contribute to Canada's influence internationally.

The quality and originality of our productions are the result of constant innovation. The technology used to make the co-production *Ryan* is a wonderful example.

Program Activity 2. Distribution of audiovisual works (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004–2005 RPP)

The NFB film collection, impressive in size and diversity, is distributed through all distribution channels deemed appropriate to reach various clienteles in Canada and outside the country. Distribution activities include the direct sale of its collection through sales agents in Canada, the United States and Europe, through Web stores and through a call centre. They also include the acquisition of complementary productions. Furthermore, the National Film Board of Canada sells stock shots and film clips to its partners in the film and television industry. Through its distribution activities, the NFB develops strategic co-operative relationships.

2004–2005 RPP		2004–2005 DPR (according to PAA)	
Strategic Outcomes	**Priorities**	**Program Activity 2**	**Priorities**
Available, accessible audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences.	1. Strengthen the NFB to connect with Canadians. 2. Establish mechanisms for greater access and dialogue on NFB productions and closer contact with the public. 3. Ensure that the NFB's collection is accessible and preserved for future generations. 4. Increase revenue from the exploitation of the NFB's collection and optimize sales opportunities.	Distribution activities include commercializing audiovisual catalogues and stock shot library; developing and diversifying markets for NFB products in Canada and abroad; repackaging for specific markets; expanding its holdings of audiovisual works through acquisitions or partnership agreements.	1. Increase revenue from the NFB's collection and optimize presales and sales. 2. Offer of expert knowledge and NFB distribution networks to private and public sectors.

Financial Resources (in thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
491	491	1,913

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- Net spending planned for the fiscal year (Planned)
- Net spending planned for the fiscal year, plus additional funding that Parliament decided to grant the NFB in light of changing priorities and unexpected activities (Authorities)
- Total net spending for the fiscal year (Actual). The difference between actual spending and total authorities is attributable to a shift in the revenue stream. The planned revenues

(reducing the planned spending) has been forecasted at $7,519,000, while results reached $5,260,000. The shift is explained by stronger presales (see production revenues p.22) and lower sales of completed productions.

Human Resources

Planned	Authorities	Actual
46	46	46

Expected results for these program activities:

- Diversified markets and strong revenue
- E-commerce offered through online stores
- Frequent sales, representing significant amounts, to broadcasters
- Strong presence of NFB productions in the various distribution networks

Indicators used for this program activity

To assess this program activity, the NFB will track the following indicators:

- Market development and diversification (Canadian and foreign markets)
- Revenue and sales

Priorities

1. Increase revenue from the NFB's collection and optimize presales and sales

Indicators

- Market development and diversification (Canadian and foreign markets)
- Revenue and sales

Through its distribution activities in Canada and abroad, the NFB helps raise its own profile, besides earning significant revenue. The NFB makes optimum use of its national and international distribution networks to ensure that its productions, co-productions and acquisitions are seen by as many people as possible and reach our different client groups. In 2004–2005, distribution of NFB products generated total sales of $6.945 million. This represents a slight increase over last year, when gross sales reached $6.842 million. Revenue retained by the NFB was $5.260 million.

Sales in the Canadian institutional market rose 12 per cent, to $1,495,000, while consumer sales climbed 15 per cent at the same time that the clientele increased by 17 per cent. Sales in the institutional and consumer markets in the USA were outstanding. Two years of effort to penetrate the extremely competitive Asia-Pacific market also bore fruit: sales there rose 46 per

cent in relation to the previous year. We are also very happy with the results of our presales.[8] Productions such as *Breaking In*, *Diameter of the Bomb* and *ScaredSacred* contributed to our success.

In some markets and territories, however, including the English Canadian television market, sales declined. Increased presales of co-productions produced with Canadian partners reduce the demand for future sales of these same titles in Canada, as the rights are no longer available. Sales also declined in Europe as a result of the extended absence of key staff.

In an effort to boost sales, the NFB has entered into a new partnership agreement with Gaumont Pathé Archives. The agreement gives the two internationally recognized organizations the cross-representation rights to their respective stock shot libraries. The NFB is the exclusive distributor in Canada of the stock shots of the prestigious Actualités Gaumont and Pathé Journal collections, produced between 1896 and 1980. In return, Gaumont Pathé Archives will distribute the NFB's historical and contemporary stock shots in France, Belgium, Switzerland, Italy and Spain.

2. Offer of expert knowledge and NFB distribution networks to private and public sectors

Indicator

- Market development and diversification (Canadian and foreign markets)

Two years ago, the NFB implemented a number of policies to offer its expertise in distribution and marketing to the public and private sectors in Canada and other countries. In this regard, it is important to note the efforts the NFB has made to round out its collection with films that are more commercial in nature. Over the course of the year, the NFB acquired 29 productions by other producers for distribution. These acquisit ions and commissions generated total gross sales of $632,000 in 2004-2005. The NFB also acted as a sales agent for some 200 titles.

This major contribution to the industry by the NFB went hand in hand, however, with a drop in distribution revenue in 2004–2005. With its sales expected to rise over the next few years, the NFB will benefit from higher revenue.

All in all, the NFB's Distribution Branch, through acquisitions or as a result of co-production agreements, returned to its private-sector partners over $725,000 in 2004-2005.

---

[8] Presale means the sale of the rights to a production that has not yet been completed.

Results for Program Activity 2. Distribution of audiovisual works

In 2004–2005, the NFB achieved, in part, the desired results for Program Activity 2. We diversified our sources of revenue and we also increased our sales, in particular through our online stores. Our sales in the television market levelled off following strong growth in 2003–2004, especially in the United States. Our acquisition policy helped us to increase our presence in the various distribution networks in Canada and abroad. Although sales have increased, revenues to the Board have slightly diminished. The transition to a more diversified catalogue will necessitate some adjustment on the part of our sale personnel. We will continue to share our expertise in this area with the film and television industry, both domestically and internationally. We shall continue to do so and to improve our results.

Program Activity 3. Access to audiovisual works and outreach development (corresponds to Strategic Outcome 2 of 2004-2005 RPP)

Access and outreach activities connect Canadians with relevant media resources to foster citizen engagement and lifelong learning. Access and outreach activities ensure greater access to the NFB collection, especially for future generations. The NFB is also taking steps to preserve its collection. Access is provided through the NFB Web site, its viewing centres in Montreal and Toronto, its agreement with partner libraries, its membership program, its online film library and its screenings in Canada. The NFB thus promotes access to knowledge and the development of media literacy by all Canadians. These activities help to build and sustain deep and long-lasting relationships in communities across Canada.

These relationships also concern the educational community. The NFB invests a lot of time and effort in access to teaching resources in the form of training workshops and study aids. In the interests of sharing its recognized expertise, the NFB organizes master classes in documentary and animated filmmaking for film professionals, university students and interested members of the public.

2004–2005 RPP		2004–2005 DPR (according to PAA)	
Strategic Outcomes	**Priorities**	**Program Activity 3**	**Priorities**
Available, accessible audiovisual works and a brand that is recognized by Canadians and international audiences.	1. Strengthen the NFB to connect with Canadians. 2. Establish mechanisms for greater access and dialogue on NFB productions, and closer relations with the public. 3. Ensure that the NFB's collection is accessible and is preserved for future generations. 4. Increase revenue from the NFB's collection and optimize sales opportunities.	Provide relevant media resources to foster citizen engagement through lifelong learning; provide Canadians with a better understanding of their country and its place in the world; give the NFB and its productions quality exposure in the main media and within the film and television industry at targeted events or festivals.	1. Enhance and increase equitable access to the NFB collection—screenings, retrospectives, etc. 2. Achieve greater reach across Canada and into communities. 3. Further enhance collection management in a digital universe (conservation, digital evolution, rights). 4. Increase NFB visibility in communities, on television and in learning channels. 5. Increase branding opportunities in Canada and abroad.

Financial Resources (in thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
11,404	12,353	12,325

This program activity generated revenue of $321,000.

Human Resources

Planned	Authorities	Actual
111	111	111

Expected results for this program activity

- Growth in access to the collection, resulting in increased ownership by Canadians of the NFB, its collection, the Mediatheque, CineRobotheque and other offerings
- A solid program of citizen participation through public screenings, workshops, master classes, etc.
- Quality visibility for the NFB and its productions on television, in festivals, schools, industry events and with the federal government
- Better branding on television broadcasts and recognition by co-producers of the NFB's role
- A valued and highly recognized brand
- Further digitization of the NFB collection
- Strong presence of NFB productions in the various distribution networks
- Positive and increased media coverage

Indicators used for this program activity

To assess this program activity, the NFB will track the following indicators:

- Access to the NFB's audiovisual holdings (film loans by partner libraries, utilization of the collection)
- Social impact
- Membership
- Attendance at screenings of NFB films and retrospectives

Priorities

1. Enhance and increase equitable access to the NFB collection—screenings, retrospectives, etc.

The NFB makes its collection as accessible as possible to Canadians and to future generations. To achieve this goal, the NFB is counting on new partnerships and technologies such as online film libraries, online learning centres for schools and digital viewing centres.

Financial Resources (in thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
11,404	12,353	12,325

This program activity generated revenue of $321,000.

Human Resources

Planned	Authorities	Actual
111	111	111

Expected results for this program activity

- Growth in access to the collection, resulting in increased ownership by Canadians of the NFB, its collection, the Mediatheque, CineRobotheque and other offerings
- A solid program of citizen participation through public screenings, workshops, master classes, etc.
- Quality visibility for the NFB and its productions on television, in festivals, schools, industry events and with the federal government
- Better branding on television broadcasts and recognition by co-producers of the NFB's role
- A valued and highly recognized brand
- Further digitization of the NFB collection
- Strong presence of NFB productions in the various distribution networks
- Positive and increased media coverage

Indicators used for this program activity

To assess this program activity, the NFB will track the following indicators:

- Access to the NFB's audiovisual holdings (film loans by partner libraries, utilization of the collection)
- Social impact
- Membership
- Attendance at screenings of NFB films and retrospectives

Priorities

1. **Enhance and increase equitable access to the NFB collection—screenings, retrospectives, etc.**

The NFB makes its collection as accessible as possible to Canadians and to future generations. To achieve this goal, the NFB is counting on new partnerships and technologies such as online film libraries, online learning centres for schools and digital viewing centres.

CineRoute, the NFB's online film library, is accessible free of charge as part of a pilot project to all Film Club members who have a high-speed Internet connection and who apply for a subscription. In its first year of operation, CineRoute added 200 documentary, animated and dramatic films (100 in English and 100 in French) to the 250 titles available since April 2005. A total of 8,852 members of the Film Club visited the site and used CineRoute to watch online, in MPEG-4 format, a total of 17,908 screenings, including classics such as Norman McLaren's *Neighbours/Voisins* or Claude Jutra's *Mon oncle Antoine*, as well as new releases such as Chris Landreth's *Ryan*, to which they would not otherwise have had access.

In 2004–2005, the NFB continued to focus its efforts on the accessibility of its collection. In one important initiative, the NFB joined forces with Daniel Langlois's firm DigiScreen, Telefilm Canada and SODEC (the Quebec government's cultural enterprise development corporation) to create an independent digital movie theatre network. A network of this kind is now a possibility owing to new digital screening technologies, the network availability of digital content, the increase in the number of participating sites and the potential pool of viewers. The NFB's prime role in the network will be to offer access to its collection of classic dramatic films and its award-winning documentaries and animated films. Thanks to digital technology, these films will be accessible to all Canadian communities that have the required computer connections. The NFB's secondary role will be to act as an expert partner in the conversion of films to digital format.

2. Achieve greater reach across Canada and into communities

The NFB undertook outreach activities in a number of communities across Canada. On November 14, NFB Montreal received its one millionth visitor, 11-year-old Eve MacGregor. It was a red-letter day in the very lively history of the CineRobotheque. In 11 years, over 500,000 NFB films have been watched at the viewing stations. This year, the CineRobotheque began its switch to digital format, a significant step that has notably added 1,200 digital titles to the 7,800 analogue ones already available. Some new workshops have also been designed for various target groups, providing an opportunity to review the collection: Second-language learning (beginner, intermediate and advanced levels), Postcards from Montreal (Canada) and Science, Please! Some 15,000 people took part in these learning activities, a sharp increase of 15% over last year.

The NFB's Montreal Centre and the Mediatheque in Toronto have become the physical anchors of a significant number of the NFB's various networks. The Montreal Centre received 104,252 visitors and almost as many, 101,396 people, made their way to the Mediatheque in Toronto, even though it was in only its second complete year of operation.

The NFB has established partnerships with 50 public and university libraries across Canada, whereby the libraries can buy our films at reduced rates and receive a free copy of our new releases; in return, they keep a good number of our films in stock, in both official languages, which their patrons can borrow or rent.

Number of Films Borrowed through Partner Libraries

2001–2002	2002–2003	2003–2004	2004–2005
217,964	222,827	207,246	197,248

Outreach development managers also organized more public screenings of NFB films across the country. In 2004–2005, the NFB held 1,041 public screenings, with total attendance of 55,116 people, which represents an increase of over 100% in screenings, but a drop of 27% in the audience in relation to last year. In addition to these community screenings, the NFB showed films in schools across Canada. In total, we held 594 school screenings for over 43,000 students.

As of March 31, 2005, the NFB Film Club had 23,890 very active members with whom the NFB communicates on a regular basis: it is worth noting that while the number of messages sent to Film Club members remained stable, the number of comments received increased almost fivefold, and the vast majority of them were very positive. The evaluation of the printed version of the *Focus* newsletter, 7,000 copies of which are distributed, showed that half the respondents posted it (health care and educational institutions), that a high proportion of them would like to receive more information about films being shown in their area and that 77% of them wanted to continue receiving the printed version even though they sometimes consulted the online version. An evaluation of the online edition of *Focus* has begun, and of the 1,433 completed questionnaires returned to the NFB within seven days of being sent out, 1,100 were received within 24 hours of the sending of the e-mail message.

3. Further enhance collection management in a digital universe (conservation, digital evolution, rights)

This priority centres on enhancing collection management—conservation, indexing, cataloguing and restoration. The NFB's ongoing objective is to create an electronic vault (e-vault) for its 10,000-strong collection in order to increase accessibility to its films. The NFB is fortunate, as it owns the rights to most of its collection, and, since 1978, its holdings have been fully catalogued and indexed. Funding through the Memory Fund, an initiative of the Department of Canadian Heritage's Canadian Cultures Online Program, has helped the NFB pursue the goal of creating an e-vault. It is important to note that the NFB is a world leader in the metatagging, treatment and enhancement of films in the digital transfer and encoding process.

This year again, the NFB has benefited from $1.7 million in funding from Canadian Heritage, through the Memory Fund, under the Canadian Cultures Online Program. This funding was used to help enrich the catalogue of the NFB's CineRoute film library (250 titles), mentioned earlier. The money was also used to build the new educational Web site, Documentary Lens/Objectif Documentaire, a bilingual resource that provides audiovisual learning projects for upper elementary and secondary schools. Developed by 7th Floor Media, a non-profit multimedia research and development centre in the Faculty of Education at Simon Fraser University, this project has benefited from the input of many professors, including the Association québécoise des utilisateurs de l'ordinateur au primaire et au secondaire (AQUOPS), the Educational Computing Organization of Ontario (ECOO) and the Réseau pour le développement des compétences par l'utilisation des technologies (RÉCIT), through the members of the Commission scolaire de Montréal.

- Intended for the educational community, Documentary Lens/Objectif Documentaire seeks to show how, over the NFB's 65-year history, NFB documentaries have portrayed Canada and the world.
- *Images of a Forgotten War: Films of the Canadian Expeditionary Force in the Great*

War: 60 titles were added to the original 20 on the Web site, which is the result of close co-operation between the NFB, the Imperial War Museum in London, the National Archives of Canada and the Canadian War Museum. The titles are grouped under three headings: Building a Force, Wartime, and the Postwar Period. Many historical resources (letters, maps and Internet links) have also been indexed to enhance the educational material and facilitate its use. Educational resources were also put together so that teachers can make immediate use of site content in the classroom.

4. Increase NFB visibility in communities, on television and in learning channels

The NFB continues to seek out more television slots to reach more audiences. It is also continuing its partnership with the Documentary Channel, which broadcasts approximately 50 hours of NFB films a year, chiefly in two NFB branded slots.

The NFB is working to increase access and dialogue on NFB productions so that Canadians re-establish a lasting connection with their National Film Board of Canada. While the NFB continues to expand its presence on television, with NFB films being broadcast nearly every day, it continues to be limited in its access to programming and scheduling on public television. The NFB continues to consider the need to have its own television channel, which would connect NFB productions directly to Canadians.

We were able to strengthen relationships with learning channels, such as educational broadcasters, teachers, learning and research institutions, and libraries, and so provide Canadians with easier access to the NFB's collection. A particular emphasis was networking in schools, increasing our sales of educational materials, and organizing workshops at regional and provincial teachers' conferences to foster the use of Canadian audiovisual materials.

The Documentary Lens/Objectif Documentaire Web site seeks to show how, over the NFB's 65-year history, NFB films have portrayed Canada and the world. For teachers, the site provides tools for:

- Identifying themes representing Canadian society
- Showing how filmmakers have dealt with these themes
- Using film clips as historical documents to show aspects of Canada in the past

Another example of supporting the educational community in innovative and constructive ways is the NFB's assistance, at a Calgary teachers' conference, in showing the film *Teaching Peace in a Time of War*. This title is the third in a trilogy that also includes *Waging Peace* and *Learning Peace*. In conjunction with Triad Film Productions, the NFB has devised an educational kit called *Peace@School* (*Paix@L'École*) which provides teachers with tools for creating a culture of peace.

To strengthen its alliances with school systems, the NFB is enriching its teaching resources, giving workshops at regional and provincial teachers' conferences and organizing teacher training activities in universities, in co-operation with educational specialists and learning centres.

Furthermore, the NFB invites young filmmakers, film industry professionals and university students (as well as interested members of the general public) to master classes on documentary and animated films. In 2003–2004, the NFB held eight master classes, in Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montreal and Chicoutimi, given by well-known filmmakers and NFB staff. Among the masters giving the workshops were Sylvie Groulx, Michel La Veaux, Michael Dowse, Jacques Drouin, Anne Claire Poirier and Francine Desbiens, Don McWilliams, Christine Welsh, Marcel Jean and Nicolas Brault. The purpose of the workshops is to share technical skills and creative know-how.

5. Increase branding opportunities in Canada and abroad

The NFB continued to strengthen the NFB brand by ensuring that:

- The contracts it signs include clauses to ensure that its share of the rights in co-productions are attributed to it more clearly. We reviewed all our co-production and distribution contracts, in co-operation with our public partners, including Telefilm Canada and SODEC, to make sure that they reflect our strategic aims more accurately, as well as standard industry practice.

- A greater number of time slots should be made available to the NFB on Canadian television networks. On specific projects, the NFB worked with broadcasters such as APTN and TV5 to produce thematic series using its collection. One such project was the series *L'Office national du film: Un survol*, presented by Jacques Bensimon, a contemporary look at the films that defined their times, landmark films that led the way to modern Quebec society. We have also worked with the Documentary Channel to co-produce a series devoted to NFB pioneers.

- Our Web site features previews of upcoming NFB releases. The redesign of the NFB site provided an opportunity to highlight new productions in an innovative, dynamic fashion. We have also developed technology for adding previews for upcoming NFB titles to all DVDs sold by the NFB. This technology has yet to be implemented.

- The public is getting more information about the NFB's new films. The Oscar® nominations of the co-productions *Ryan* and *Hardwood* and our four films at the Cannes Film Festival helped raise Canadians' awareness of NFB activities and productions. As a result of a partnership between the NFB and the *Globe and Mail*, visitors to the newspaper's Web site were able to view Chris Landreth's extraordinary film online.

Here are a few examples of the ways in which the NFB has increased its presence in the various distribution networks. Rather than promote every film, the NFB is pursuing its strategy of promoting its overall brand, since it has a high level of recognition with Canadians. To this end, the NFB reviewed its brand image at international trade fairs.

The NFB established partnerships with international festivals to reinforce the NFB brand and place in the audiovisual landscape. The NFB expanded its participation in Sunny Side of the Doc, the international documentary market held annually in Marseilles. In addition, we are proud to announce that the 2005–2006 Cannes Film Festival will, along with the NFB, be creating the new Norman McLaren Prize for the winner of the Palme d'or for best short film.

Results for Program Activity 3. Access to audiovisual works and outreach development

In 2004–2005, the NFB achieved many of its desired results for Program Activity 3. We have ensured greater access to the NFB's collection through our traditional platforms, but also by making use of the huge potential of the Internet, with, for instance, our online Film Club and CineRoute project. Results were similar for citizen participation. We encouraged dialogue with Canadians at public screenings of our productions. We believe there is still a great deal to do in this respect, however. We have a solid presence in the educational community and contribute to lifelong learning. This presence has been established in conjunction with many other public and private partners. We must continue our efforts to ensure that NFB productions are more easily recognized by the general public when they are broadcast here, but outside Canada too. NFB productions benefit from a high profile and significant media coverage. Over the next year we must seize every opportunity to raise our visibility. The establishment of a marketing branch will help us achieve this objective.

Digitizing our entire collection of 10,000 titles is a major challenge but we have made an excellent start, thanks in part to our co-operation with the Memory Fund. So far, we have digitized more than 2,000 titles. There is still a significant amount of work to be done, if we are to make our entire collection accessible in digital format. While we are making headways, our progress is restricted by the NFB's limited technical and human resources needed to complete the digitization process.

Program Activity 4. Research and advisory services (corresponds, in part, to Strategic Outcome 1 of 2004–2005 RPP)

Under the heading of research, the NFB undertakes and commissions studies, advises the government, offers consulting services, shares knowledge and prototyping, and helps beta test creative outputs and technologies. The aim of these activities is to advance the art and science of filmmaking.

2004–2005 RPP		2004–2005 DPR (according to PAA)	
Strategic Outcomes	**Priorities**	**Program Activity 4**	**Priorities**
Relevant, excellent and innovative audiovisual works that help Canadians better understand Canada and the world.	1. Make the NFB's overall program more relevant to Canadians today. 2. Place innovation at the forefront. 3. Champion cultural diversity and Aboriginal voices.	This research and advisory activity applies to research connected to filmmaking and the film industry and conducting technical and development projects to advance the art and science of filmmaking. The NFB seeks to create an environment dedicated to excellence and innovation that is conducive to incubation and prototyping.	1. Conduct and participate in research projects such as electronic cinema, social repercussions of documentary film and review of policies governing documentary film. 2. Collaborate further with the government and other organizations.

Financial Resources (in thousands of dollars)

Planned Spending	Authorities	Actual Spending
2,667	3,551	3,781

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- Net spending planned for the fiscal year (Planned)
- Net spending planned for the fiscal year, plus additional funding that Parliament decided to grant the NFB in light of changing priorities and unexpected activities (Authorities)
- Total net spending for the fiscal year (Actual)

This program activity generated revenue of approximately $189,000.

Human Resources

Planned	Authorities	Actual
69	69	69

Expected results for this program activity

- Significant research and development in technical and technological audiovisual field
- The NFB as a reference in filmmaking

Indicators used for this program activity

1. Development and implementation of a research plan
2. Dissemination and use of its research findings
3. Type and impact of the NFB's R&D efforts
4. Type and significance of requests to work with the NFB as a test site and R&D incubator
5. Type and impact of joint ventures (e.g., with Canadian Heritage portfolio organizations, public-private partnerships)

Priorities

1. Conduct and participate in research projects such as e-cinema, social repercussions of documentary film, review of policies governing documentary film

The far-reaching, extremely rapid pace of technological change, as well as the increase in the number of partnerships with Canadian and foreign producers and broadcasters, have been the source this year of many challenges that NFB staff, and especially those in the Innovation and Technological Resources Branch, have met superbly.

The R&D testbed project on content-based indexing and searching of audiovisual materials using the MPEG-7 standard was conducted successfully in partnership with the CRIM (Centre de recherche informatique de Montréal) and McGill University, with funding from CANARIE. The indexing of audiovisual materials combined with the potential for intelligent research capabilities is critical for the efficient management of large quantities of audiovisual materials. A presentation on the project experiments and results was given at the Internet Imaging V International Conference of the International Society for Optical Engineering (SPIE) in January 2004 in San Jose, California, and a technical paper entitled "MPEG-7 Audio-visual Indexing Testbed for Video Retrieval" was published through the SPIE.

In partnership with Algolith, and within the framework of the Programme de soutien aux vitrines technologiques of the Ministère du Développement économique et régional et de la Recherche du Québec, the NFB has been testing and using algorithms developed by our partner to optimize and resize video images, preserve image quality and reduce bandwidth. Testing will be done on video material from various sources and in different formats, using the real-time techniques developed by the NFB.

In another example of innovation, as part of a partnership with the Victoria legislature, the TVA Group and the CRIM, the NFB has also set up an unprecedented project in Canada, a closed-captioning computing grid, or C3 Grid, which draws on the unused capacity of many computers networked together, usually over the Internet.

In addition, Phase 1 of DVD on demand, an automated film production and duplicating service, is now up and running and accessible online. For example, in the three months from January to April 2005 alone, the technical team was able to produce no fewer than 7,500 DVDs, 80% of them in response to requests for single units.

The NFB team has also developed a centralized system for integrating NFB user data and establishing an application to ensure effective user relations management. This helps to improve our knowledge of user profiles, do a better job of targeting communications with them, centralizing data, and standardizing and improving the quality of information.

Throughout the year, management has also made an effort to work more closely with postproduction suppliers, with the dual aim of creating a climate of co-operation, by following best industry practices, and ensuring that the high quality and standards on which the NFB's reputation are based are maintained.

At the 2004–2005 Doc Summit in Toronto, the NFB, along with Telefilm Canada and the Canadian Television Fund, revealed the results of a research program on documentary film that came out of the first Doc Summit, held in 2004. The NFB also sponsored a research project on the social impact of documentary film. At the event, we made public an analysis of the revenue from a dozen documentaries produced or co-produced by the NFB in 1999–2000, compared with the revenue from films funded by the Canadian Television Fund (CTF). The analysis shows that these films earned equivalent amounts of revenue. However, all the revenue from the films funded through the CTF is generated by their sales to broadcasters, whereas in the case of documentaries produced or co-produced by the NFB, 65% of the revenue comes from institutional sales, purchases by communities or individuals, and from our sales to foreign markets.

To meet the growing demand for digital format, the NFB has acquired the necessary technological means and legal agreements for the distribution and broadcasting of our productions through emerging channels. A growing number of clients want to show our films using the Internet as a broadcast medium. We should be able to accommodate them.

These activities have meant that we have had to strengthen our working relationships with private-sector representatives and public research agencies that are creating innovative projects. One such example is the development of special agreements with rights holders' associations in order to allow the showing of our works using new broadcast technologies.

2. Collaborate further with the government and other organizations

As we mentioned in our overview of NFB activities, the Board has maintained a close working relationship with other agencies that come under the purview of Canadian Heritage:

- CBC/Radio-Canada. The NFB joined forces with the Crown corporation to develop the educational DVD *It's a Girl's World (Une affaire de filles)* and, more importantly, the two agencies launched a project based on the film *The Weight of the World (Le poids du monde)* by Glynis Whiting, a co-production with the CBC, that is a challenge to high-school and elementary-school teachers and students. With the help of an instructional kit and a dedicated Web site, and after formally registering to take part in the challenge, 40,000 young people set off to discover the world of food through hands-on activities; the project produced some surprising results.

- Telefilm Canada. The Government Film Commissioner and the executive director of Telefilm Canada will continue to sit on the boards of each other's agency. The two organizations worked together to hold the 2004–2005 Doc Summit at Hot Docs in Toronto. The Doc Summit advisory group includes the Canadian Independent Film and Video Fund (CIFVF), Canadian Radio-television and Telecommunications Council (CRTC), CBC/Radio-Canada, Canada Council for the Arts, Canadian Association of Broadcasters (CAB), Department of Canadian Heritage (DCH), Association des producteurs de films et de television du Québec (APFTQ) and Canadian Film and Television Producers Association (CFTPA). The digital film initiative also fostered partnerships between the two agencies.

Results for Program Activity 4. Research and advisory services

Through its R&D held in conjunction with a number of film industry and other partners, the NFB has helped to advance knowledge in filmmaking. Research and development of new technologies is an ongoing activity that fosters the renewal of knowledge and its practical applications. While we aid in this advance through our activities, there will always be work to be done, and the NFB fully intends to make a contribution.

SECTION IV—OTHER ITEMS OF INTEREST

Strategic Outcome 3 of 2004-2005 RPP

This outcome does not correspond to a program activity under the new 2005–2006 Program Activity Architecture, as it underlies all our activities. We are, nonetheless, presenting the results for this strategic outcome, as it was mentioned in our 2004–2005 RPP and it contributed to the effectiveness and good management of the NFB and the public funds allocated to it.

2004–2005 RPP		2004–2005 DPR (according to PAA)	
Strategic Outcomes	**Priorities**	**Program Activity**	**Priorities**
An efficiently managed organization.	1. Manage resources efficiently and effectively. 2. Enhance accountability, business practices and information systems.	No correspondence to PAA.	

Achievements and performance with respect to Strategic Outcome 3

Expected results for this program activity

- Get maximum value for public money in serving production, innovation, experimentation, distribution and access.

Indicators used for this program activity

- Improvements to internal and external systems for better resource management and control
- Prudent management of public funds and maintenance of administrative costs

Priorities

1. **Manage resources efficiently and effectively**
2. **Enhance accountability, business practices and information systems**

The NFB is committed to improving its management methods to reflect the new business environment of Canadian public organizations. We have implemented a modern business culture and we believe that transparency and accountability throughout the NFB are essential to effective, efficient management.

Development and consolidation of the Electronic Rights Management System (ERMS) continued over the last 12 months. Functions were added, a number of modules, including Contract, were enhanced, and various data input activities (2003–2004 contracts, public domain titles for 1954,

co-production contracts for 2002, 2003, 2004) were completed. The addition of a Royalties module was planned and development of a Royalties AR module was completed on time.

We have also improved the production, distribution and administration systems to meet NFB objectives, which are to produce high-quality audiovisual works and reach audiences as effectively as possible. For example:

- The NFB is constantly improving its integrated information and knowledge management system, Synchrone. The revamped intranet was rolled out in May 2004 and the use of standardized templates has made it possible to speed up input and posting.
- To measure performance for all its activities, the NFB has developed new performance indicators. They will be implemented in order of institutional priority over the next year and will enable us to assess the achievement of our strategic objectives.
- Beyond its work as a producer and distributor, the NFB has also given more thought to the important issue of social responsibility, as a result of the questions prompted by the launch and distribution of the film *Ce qu'il reste de nous (What Remains of Us)*. Discussions have begun with partners in Canada and abroad. We also have begun a review of our own practices to clarify the ethical principles it intends to promote.
- The NFB has developed a new internal audit plan as well as a framework for the integrated management of risk and personal information. We have also reviewed the procedures related to the delegation of authority, especially for distribution.

By allocating most of its resources to film production, the NFB is ensuring that there is a link between resources used and results obtained. In 2004–2005, the NFB spent $46.9 million (72% of its budget) on film production, $1.9 million (3%) on distribution, $12.3 million (19%) on marketing and outreach, and $3.8 million (6%) on research and advisory services.

The NFB makes every effort to keep administrative costs as low as possible. In recent years, it has managed to keep them down to between 9 and 10% of its budget.

Results for Strategic Outcome 3 of the 2004–2005 RPP

We believe that the NFB has used public funds diligently and has obtained maximum value out of these funds in conducting its activities for the benefit of Canadians.

SECTION V—SUPPLEMENTARY INFORMATION

Table 1: Comparison of Planned Spending to Actual Spending (incl. FTE)

Table 1: Comparison of Planned Spending to Actual Spending (inc. Full-Time Equivalents)

($ thousands)	2002–2003 Actual	2003–2004 Actual	2004-2005 Planned Spending	2004-2005 Total Authorities	2004-2005 Actual Spending
1. Production	46 482	50 048	49 120	50 481	46 891
2. Distribution	3 827	1 705	491	491	1 913
3. Accessibility	12 029	11 691	11 404	12 353	12 325
4. Research	3 925	3 869	2 667	3 551	3 781
Total	**66 263**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Total	**66 263**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**
Less: Non-respendable revenue	-	-	-	-	-
Plus: Cost of services rec'd without charge	18	-	-	-	-
Net cost of NFB	**66 281**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Full-time equivalents	481	498	510	510	507

Table 2: Use of Resources by Business Lines (Program Activities)

2004–2005				
($ thousands)	**Operating**	**Grants and Contributions**	**Less: Respendable Revenue**	**Total**
1. Production				
Planned Spending	49 974	152	- 1 006	49 120
Total Authorities	51 335	152	- 1 006	50 481
Actual Spending	49 213	145	- 2 467	46 891
2. Distribution				
Planned Spending	8 010	0	- 7 519	491
Total Authorities	8 010	0	- 7 519	491
Actual Spending	7 173	0	- 5 260	1 913
3. Accessibility				
Planned Spending	11 581	98	- 275	11 404
Total Authorities	12 530	98	- 275	12 353
Actual Spending	12 496	149	- 321	12 325
4. Research				
Planned Spending	2 767	0	- 100	2 667
Total Authorities	3 651	0	- 100	3 551
Actual Spending	3 969	1	- 189	3 781
Total				
Planned Spending	72 332	250	- 8 900	63 682
Total Authorities	75 526	250	- 8 900	66 876
Actual Spending	72 852	295	- 8 237	64 910

Table 3: Votes and Statutory Items

Vote or Statutory Item	Truncated Vote or Statutory Item	2004–2005		
		Planned Spending	Authorities	Actual Spending
75	NFB Revolving Fund—Operating expenditures	63 672	66 866	66 502
(L)	NFB Revolving Fund	10	10	- 1 592
	Total	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Table 7: Sources of Respendable Revenue

($ millions)	2002–2003 Actual Spending	2003–2004 Actual Spending	2004–2005		
			Planned Spending	Total Authorities	Actual Spending
NFB Operations					
1. Production	1 547	1 540	1 006	1 006	2 467
2. Distribution	5 083	6 278	7 519	7 519	5 260
3. Accessibility	246	675	275	275	321
4. Research	301	248	100	100	189
Total respendable revenue	**7 177**	**8 741**	**8 900**	**8 900**	**8 237**

Table 8: Revolving Fund

($ millions)	2002–2003 Actual Spending	2003–2004 Actual Spending	2004–2005		
			Planned Spending	Total Authorities	Actual Spending
Revenue	66 263	67 313	63 682	66 876	64 910
Operating expenses	- 66 263	- 67 313	- 63 682	- 66 876	- 64 910
Surplus (deficit)	-	-	-	-	-
Depreciation/Amortization	- 3 847	- 3 576	- 2 000	- 2 000	- 3 448
Investing activities					
Acquisition of depreciable assets	3 794	1 593	2 000	2 000	1 856
Cash surplus (deficit)	- 53	- 1 983	10	10	- 1 592
Authority: Cumulative (drawdown)	13 622	11 639	13 800	13 800	10 047

Table 10A : User Fees Act

User Fee	Fee Type	Fee-Setting Authority	Date Last Modified	2004-2005		
				Forecast Revenue	Actual Revenue	Full Cost
Request fees	Regulation	Access to Information Act	N/A	0	$30	$5 000

Note: Other NFB revenue is not from user fees.

Table 14: Details on Transfer Payments Programs

($ millions)	2002-2003 Actual Spending	2003-2004 Actual Spending	2004-2005			
			Planned Spending	Total Authorities	Actual Spending	Variance, Planned vs. Actual
Total Grants and Contributions						
1. Production	204	176	152	152	145	7
2. Distribution	0	0	0	0	0	- 0
3. Accessibility	70	118	98	98	149	- 51
4. Research	1	1	0	0	1	- 1
Total	**275**	**295**	**250**	**250**	**295**	**- 45**

Table 16: Financial Statements of Departmental Corporations and Agents of Parliament

The financial statements of departmental corporations (listed in Schedule II of the Financial Administration Act) and Agents of Parliament are to be included in the DPR since fiscal year 2003–2004.

The NFB prepares an annual report that includes its financial statements. It is available electronically.

SECTION VI—APPENDICES

APPENDIX I

LEGISLATION ADMINISTERED

National Film Act, R.S.C. 1985, c. N-8

(most recently amended November 1, 1995)

NATIONAL FILM BOARD OFFICES

Head Office: Ottawa

Operational Headquarters: Montreal

Canadian Distribution
- CineRobotheque—Montreal
- Mediatheque—Toronto
- Call Centre (1 800 267-7710)
- Web site <www.nfb.ca>

International Distribution
- U.S.A. (New York)
- European Office (Paris)

English Production Centres
- Edmonton
- Halifax
- Montreal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

French Production Centres
- Moncton
- Montreal
- Toronto

APPENDIX II

DPR CONTACT LIST

Maryse Charbonneau
Director, Administration
(514) 283-9050
m.charbonneau@nfb.ca

Audrey Doyle
Director, Planning, Evaluation and Audit
(514) 283-3242
a.doyle@nfb.ca

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film du Canada

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2005

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement.

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le *Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

©Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par
le Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2005

No de catalogue BT31-4/51-2005
ISBN 0-660-62881-3

Ce document est disponible sur le site Web du SCT à www.tbs-sct.gc.ca
Ce document est disponible en médias substituts sur demande.

Nota : Pour ne pas alourdir le texte français, le masculin est utilisé pour désigner tant les hommes que les femmes.

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste
auprès des Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC
Ottawa, Canada K1A 0S9

Téléphone : (613) 941-5995
Télécopieur : (613) 954-5779 ou 1-800-565-7757 (Canada et É.-U.)
Commandes seulement : 1-800-635-7943 (Canada et É.-U.)
Internet : http://publications.gc.ca

Avant-propos

Le gouvernement du Canada améliore sans cesse ses pratiques de gestion, ce qui constitue pour lui une priorité depuis le dépôt au Parlement, au printemps 2000, du document intitulé *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes : Un cadre de gestion pour le gouvernement du Canada*. Dans sa poursuite de l'excellence en gestion, le gouvernement envisage d'offrir aux Canadiens : un gouvernement à l'écoute, qui sert bien ses citoyens et qui est administré comme une seule et même entité cohérente; un gouvernement innovateur, qui est appuyé par une fonction publique hautement qualifiée, en mesure de bien tirer parti de toute l'information à sa disposition et de faire un usage optimal des fonds publics, tout en tenant compte des risques éventuels; et un gouvernement redevable, qui rend compte clairement et ouvertement de son rendement au Parlement et aux Canadiens et aux Canadiennes.

Les rapports ministériels sur le rendement jouent un rôle de premier plan dans le cycle de planification, de suivi, d'évaluation ainsi que de communication des résultats au Parlement et aux citoyens. Ils sont au cœur même de l'application du concept du gouvernement redevable.

Les ministères et les organismes sont invités à rédiger leurs rapports en appliquant les principes pour l'établissement de rapports publics efficaces (voir le *Guide pour la préparation des rapports ministériels sur le rendement 2004-2005* : http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr1/04-05/guidelines/guide_f.asp). Selon ces derniers, un rapport ne peut être efficace que s'il présente un tableau du rendement qui soit non seulement cohérent et équilibré mais bref et pertinent. Un tel rapport doit insister sur les résultats - soit les avantages dévolus aux Canadiens et aux Canadiennes et à la société canadienne - et il doit refléter ce que l'organisation a pu contribuer à ces résultats. Il doit mettre le rendement du ministère en contexte, faire le lien entre le rendement et les engagements antérieurs, expliquer les changements ainsi que décrire les risques et les défis auxquels le ministère a été exposé en répondant aux attentes sur le rendement. Le rapport doit aussi souligner les réalisations obtenues en partenariat avec d'autres organisations gouvernementales et non-gouvernementales. Et comme il est nécessaire de dépenser judicieusement, il doit exposer les liens qui existent entre les ressources et les résultats. Enfin, un tel rapport ne peut être crédible que si le rendement décrit est corroboré par la méthodologie utilisée et par des données pertinentes.

Le présent rapport ministériel sur le rendement (ainsi que ceux de nombreux autres ministères et organismes) peut être consulté sur le site Web du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada à l'adresse suivante : http://www.tbs-sct.gc.ca/est-pre/estime.asp . Les lecteurs qui désireraient un aperçu global des efforts déployés par le gouvernement du Canada afin d'améliorer la qualité de vie peuvent lire *Le rendement du Canada 2005*, qu'on peut également consulter à l'adresse Internent précitée. Ce rapport est structuré autour de trois grands thèmes (économie durable, fondements sociaux du Canada et la place du Canada dans le monde) et sa version électronique renferme des liens avec les rapports ministériels sur le rendement pertinents. *Le rendement du Canada 2005* renferme également un aperçu spécial des efforts déployés par le gouvernement afin d'améliorer le bien-être des Autochtones.

Le gouvernement du Canada s'est engagé à améliorer sans cesse les rapports qu'il présente au Parlement et aux Canadiens et aux Canadiennes. Par leurs observations et leurs suggestions, les lecteurs peuvent contribuer grandement à améliorer, au fil du temps, la qualité des rapports ministériels sur le rendement et autres rapports.

Les observations ou les questions peuvent être adressées à :

Direction de la gestion axée sur les résultats
Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) K1A 0R5
OU à : rma-mrr@tbs-sct.gc.ca

Office national du film du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2005

Rapport sur le rendement

Liza Frulla
Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

SECTION I – MESSAGES *1*

Message de la ministre 2

Message du commissaire 3

Déclaration de la direction 5

SECTION II – SURVOL *6*

Renseignements sommaires sur l'ONF 7

Raison d'être de l'ONF 7

Avantages pour la population canadienne et pour le monde 7

Rendement global de l'ONF 9

Contexte de l'Office national du film du Canada 10

SECTION III – ANALYSE DU RENDEMENT PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE *21*

Résultat stratégique 22

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005) 22

Ressources financières en milliers de dollars 23

Les résultats prévus pour cette activité de programme 23

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme 24

Les priorités 24

Résultats de l'activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles 36

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005) 37

Les résultats prévus pour cette activité de programme 38

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme 38

Les priorités 38

Résultats de l'activité de programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles 40

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005) 41

Les résultats prévus pour cette activité de programme 42

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme 42

Les priorités 43

Résultats de l'activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux 48

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (correspond, en partie, au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005) 49

Les résultats prévus pour cette activité de programme 50

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme 50

Les priorités 50

Résultats de l'activité de programme 4. Services de recherche et de conseil 52

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT 53

Résultat stratégique 3 du RPP 2004-2005 54

Les résultats prévus pour cette activité de programme 54

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme 54

Les priorités 54

Résultats du troisième objectif stratégique du RPP 2004-2005 55

SECTION V – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES 56

Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues aux dépenses réelles (équivalents temps plein compris) 57

Tableau 2 : Utilisation des ressources par secteur d'activité (ou par activité de programme) 58

Tableau 3: Postes votés et législatifs 59

Tableau 7: Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles 60

Tableau 8 : Fonds renouvelable 60

Tableau 10A - Loi sur les frais d'utilisation 61

Tableau 14: Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT) 61

Tableau 16: États financiers des établissements publics et des mandataires du Parlement - 62 -

SECTION VI – ANNEXES *63*

ANNEXE I *64*

ANNEXE II *66*

SECTION I – MESSAGES

Message de la ministre

Ministre du Patrimoine canadien et
Ministre responsable de la Condition féminine

Minister of Canadian Heritage and
Minister responsible for Status of Women

Ottawa, Canada K1A 0M5

À titre de ministre du Patrimoine canadien et ministre responsable de la Condition féminine, je suis fière de présenter au Parlement et à la population canadienne le Rapport ministériel sur le rendement (2004-2005) de l'Office national du film du Canada (ONF). Ce rapport explique en détail de quelle façon l'ONF a atteint ses buts et ses objectifs au cours de la dernière année et souligne sa participation à l'édification d'un Canada plus cohésif et créatif.

Élément essentiel du portefeuille du Patrimoine canadien, l'ONF est un centre unique de création qui travaille à mieux faire connaître et comprendre les réalités culturelles et sociales de notre pays en présentant des oeuvres audiovisuelles canadiennes originales et audacieuses. L'ONF appuie la formation des cinéastes de la relève et encourage la participation d'artistes issus des communautés autochtones et des diverses communautés culturelles.

Je suis heureuse de pouvoir compter sur l'appui et l'engagement de sociétés d'État et d'organismes ministériels, comme l'ONF, pour assumer les responsabilités de ce portefeuille. Ces organismes contribuent à favoriser la vitalité culturelle de nos communautés, à préserver notre patrimoine multiculturel, à mettre en valeur nos langues officielles, à assurer l'égalité des chances pour tous les Canadiens et Canadiennes et à renforcer la souveraineté culturelle du Canada.

Ensemble, nous faisons en sorte que les citoyens et citoyennes de tous âges puissent mettre à profit leur génie créateur, leur talent et leurs compétences au bénéfice de la société tout entière. Ensemble, nous travaillons à faire du Canada un pays prospère, qui se démarque par sa diversité, son dynamisme culturel et son esprit d'innovation.

Liza Frulla

Message du commissaire

Pour les Canadiens et Canadiennes, l'Office national du film du Canada (ONF) représente un pilier culturel essentiel qui témoigne des particularités de notre société par la voie de la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles, et qui les fait connaître ici et ailleurs dans le monde. J'ai souvent la chance de rencontrer des hommes et des femmes de partout au pays qui me racontent leur ONF, comment cette institution les a marqués hier, et comment elle le fait aujourd'hui. Au-delà de ces souvenirs personnels, l'Office national du film du Canada s'inscrit dans le paysage canadien en proposant des films socialement et culturellement pertinents qui rendent compte de notre richesse et de notre diversité, passées et présentes.

En ma qualité de commissaire du gouvernement à la cinématographie et de président de l'ONF, je suis extrêmement fier des résultats que nous avons atteints jusqu'ici dans la mise en œuvre du Plan stratégique 2002-2006. Nous obtenons des résultats tangibles, assurant ainsi à l'ONF la place qui lui revient dans l'industrie, dans la vie de la population canadienne et dans son rôle public. En 2004-2005, nous nous sommes concentrés sur les activités suivantes : 1) programmer des productions importantes, distinctives et innovatrices qui abordent des enjeux de société dont la population canadienne fait grand cas; 2) faire œuvre de pionnier sur les plans créatif et technique par des films d'animation; 3) rayonner dans les communautés; 4) saisir des opportunités de partenariat; 5) aider les nouveaux talents susceptibles de donner aux Canadiens et Canadiennes une voix qui leur est propre et de transmettre les valeurs canadiennes au pays et à l'étranger.

La transition aux technologies du numérique et de la haute définition est une réalité maintenant bien implantée qui n'a pas échappé à l'ONF. En effet, l'organisme s'est longuement préparé à cette révolution technologique en établissant des partenariats fructueux avec le milieu de la recherche universitaire et le secteur privé. Ces dernières années, l'ONF a aussi rempli son rôle de fer de lance de l'innovation car, anticipant le virage numérique, il s'est voué à la recherche sur la qualité de l'image, sur l'accès à celle-ci et sur sa diffusion.

Même si l'ONF rejoint déjà la population canadienne par la télévision, par Internet, par les écoles et les universités, par les bibliothèques et les médiathèques ayant pignon sur rue, par ses projections dans les centres communautaires, par ses ateliers de maître et ateliers divers ainsi que par ses activités spéciales, il se veut encore plus présent pour mieux se rapprocher des Canadiens et Canadiennes. À cette fin, l'Office national du film du Canada a redoublé d'efforts pour permettre à la population d'accéder à ses films. L'an dernier, il a poursuivi son travail en visant le développement d'un réseau de cinéma numérique (e-cinéma) afin de mettre la technologie numérique au service de la population en créant un nouveau réseau de distribution à contenu diversifié, lequel atteindra toutes les régions, même les plus reculées du Canada, et ce, à moindres coûts. Compte tenu de sa collection de films, de sa méthode de gestion des actifs numériques, de sa connaissance du marché canadien et de ses compétences de pointe, l'ONF s'avérera ainsi un acteur de premier plan pour explorer, en partenariat avec le secteur privé, les façons de mettre en œuvre ce moyen innovateur pour rejoindre les auditoires d'un bout à l'autre du pays.

L'ONF est impatient de poursuivre sur sa lancée et de contribuer au renforcement du capital social au pays par la mise en œuvre de sa vision : créer et diffuser des films produits dans l'intérêt national. Ce plan ambitieux profite et profitera aux Canadiens et Canadiennes en leur offrant des films qui contribueront à mieux leur communiquer le Canada et le monde. Qui plus est, ce plan met en valeur la formation et l'affirmation des créateurs de la relève issus de diverses cultures, la contribution à la durabilité et à la stabilité de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision et le renforcement du rayonnement culturel du Canada à l'échelle internationale.

Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie et
président de l'Office national du film du Canada

Déclaration de la direction

Je soumets, en vue de son dépôt au Parlement, le Rapport sur le rendement de 2004-2005 de l'Office national du film du Canada.

Le document a été préparé en fonction des principes de reddition de comptes contenus dans le *Guide de préparation des rapports ministériels sur le rendement 2004-2005 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.*

- Il est conforme aux exigences particulières de reddition de comptes décrites dans le guide.
- Il est fondé sur l'Architecture d'activités de programme approuvée du ministère.
- Il présente des renseignements uniformes, complets, équilibrés et précis.
- Il offre un modèle de responsabilisation pour les résultats atteints avec les ressources et les autorités allouées.
- Il fait état des sommes qui ont été allouées et approuvées dans le Budget des dépenses et les Comptes publics du Canada.

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration

SECTION II – SURVOL

Renseignements sommaires sur l'ONF

Raison d'être de l'ONF

Mandat – L'Office national du film du Canada a pour mandat de *«susciter et promouvoir la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment de :*

- *produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations, et promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner ».*

Mission – La mission de l'ONF, conformément au Plan stratégique 2002-2006, consiste à *produire et distribuer des œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes qui reflètent la diversité culturelle et qui présentent au Canada et au monde un point de vue authentiquement canadien.*

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution qui détient une imposante collection de films, un laboratoire de conservation, ainsi que des installations de postproduction et de recherche et développement à son bureau central, à Montréal. Le service des relations gouvernementales exerce ses activités à partir d'Ottawa, tandis que les directions Communications et Développement des réseaux, Distribution, Relations d'affaires et Services juridiques, Planification, évaluation et vérification, Ressources humaines et Administration sont majoritairement situées à Montréal.

L'ONF est un centre de création d'œuvres audiovisuelles unique en son genre. Ses œuvres sont produites dans les deux langues officielles. L'Office national du film du Canada possède des centres de production à Vancouver, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Montréal, Moncton et Halifax, un bureau de production à Québec et deux centres de consultation, dont un à Montréal et l'autre à Toronto.

Avantages pour la population canadienne et pour le monde

L'ONF offre aux Canadiens et aux Canadiennes un regard innovateur et engagé sur les réalités canadiennes et mondiales. Il contribue au rapprochement des individus de notre société en offrant des perspectives différentes qui témoignent de notre diversité et de notre richesse culturelle. Cette diversité de perspectives, l'ONF la porte partout au Canada, par l'entremise des salles de cinéma, de la télévision, d'Internet, des bibliothèques publiques et des salles de classes. L'Office national du film du Canada tisse des liens qui nous unissent et qui nous rassemblent. Il informe la population canadienne des grands enjeux sociaux de notre époque.

L'ONF permet à de nouvelles voix de s'élever en faisant la promotion de talents émergents et en offrant à ses créateurs des outils technologiques nouveaux. Non seulement l'Office national du film du Canada favorise-t-il l'émergence et l'incubation de talents de même que la diversité des contenus, mais il se veut également un partenaire incontournable auprès de l'industrie canadienne du cinéma et de la télévision. Riche d'une expertise reconnue, l'ONF accompagne

ses collaborateurs à travers ses activités et son savoir-faire : la production d'œuvres audiovisuelles pertinentes sur le plan social et culturel, une distribution de ses produits aussi largement que possible au Canada et à l'étranger, l'accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux qui favorisent l'engagement citoyen et l'apprentissage continu, la recherche et le conseil visant à faire progresser l'art et la science du cinéma.

Par ailleurs, l'ONF coproduit régulièrement avec des partenaires internationaux afin de se renouveler sur le plan créatif et d'élargir ses auditoires. Il cherche activement à conclure des partenariats et des ententes qui favorisent le partage du savoir et le rayonnement de l'institution. Il distribue également ses productions dans plusieurs marchés et territoires. Afin d'optimiser ses occasions d'affaires, l'Office national du film du Canada développe des partenariats avec les grandes collections d'archives. En plus, il acquiert les droits de distribution sur de nombreuses productions privées, pour son plus grand bénéfice et celui de ses partenaires extérieurs. Enfin, l'ONF s'associe à certains festivals internationaux de grande envergure pour que ses productions profitent de la meilleure vitrine ici et ailleurs.

Total des ressources financières de l'ONF en 2004-2005 (en milliers de dollars)

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
63 682 $	66 876 $	64 910 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (dépenses prévues);
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations). En 2004-2005, les autorisations totales comprennent les sommes additionnelles reçues pour couvrir les initiatives et les programmes spéciaux tels que les activités en ligne, le programme PICLO, le Fonds Mémoire canadienne, le programme DÉCLIC ainsi que les fonds reportés de l'année précédente. Des crédits ont été retirés pour l'Initiative de réaffectation du gouvernement;
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles).

Total des ressources humaines de l'ONF

Prévues	Autorisations	Réelles
510	510	507

Rendement global de l'ONF

Résumé du rendement de l'ONF pour chaque résultat stratégique, priorité et engagement

Résultats stratégiques	2004–2005 Priorités/ Engagements	Type	Dépenses prévues	Dépenses réelles	Résultats prévus et situation actuelle
1. Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde.	1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui	Permanent	44 610 $	45 166 $	Voir la partie III – p. 22-35
	2. Placer l'innovation à l'avant-plan.	Permanent			
	3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones.	Permanent			
2. Des œuvres audiovisuelles accessibles et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers.	1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes.	Permanent	12 000 $	12 945 $	Voir la partie III – p. 37-48
	2. Établir de mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public.	Permanent			
	3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures.	Permanent			
	4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente.	Permanent			
3. Une organisation gérée de manière efficiente.	1. Gérer les ressources de manière efficace et efficiente.	Permanent	7 072 $	6 799 $	Voir la partie IV – p. 49-55
	2. Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information.	Permanent			

Note : Ce tableau correspond à l'approche par résultats stratégiques et non selon la nouvelle Architecture d'activités de programme, conformément aux directives du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Contexte de l'Office national du film du Canada

1. Description des activités de l'ONF

L'Office national du film est une agence gouvernementale active dans le champ d'activité culturel et il se rapporte au Parlement, par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien. Le gouverneur en conseil nomme le conseil d'administration de l'Office national du film du Canada et son président, le commissaire du gouvernement à la cinématographie.

L'ONF, par son mandat, intervient dans un certain nombre de champs d'activité : la production, la distribution, l'accessibilité, le développement de réseaux et la recherche-conseil.

Par ailleurs, en 2004-2005, le gouvernement fédéral par l'entremise du Secrétariat du Conseil du Trésor, a mis de l'avant l'établissement par tous les ministères fédéraux et leurs agences d'une Architecture d'activités de programme (AAP) qui dresse l'inventaire des programmes et des activités de ceux-ci. Dans ce contexte, l'ONF a développé sa propre AAP.

Le rendement de l'ONF pour 2004-2005 est rédigé sur la base de son AAP. On retrouve ci-dessous un tableau de concordance et des explications pour montrer, de façon claire et concise, les changements de la structure de rapport relativement aux engagements et résultats énoncés dans le *Rapport sur les plans et les priorités* 2004-2005.

RPP 2004-2005	RMR 2004-2005 (selon l'AAP)
Résultats stratégiques	**Activités de programme**
1. Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde.	1. Production d'œuvres audiovisuelles.
2. Des œuvres audiovisuelles accessibles, et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers.	2. Distribution d'œuvres audiovisuelles. 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux.
3. Une organisation gérée de manière efficiente.	Ce résultat n'est pas reflété dans l'AAP de l'ONF. Elle est un résultat qui sous-tend l'ensemble de nos activités.
	4. Services de recherche-conseil.

Performance de l'ONF

2004-2005					
(en milliers de $)	Activité 1 Production	Activité 2 Distribution	Activité 3 Accessibilité	Activité 4 Recherche	Total des autorisations
Dépenses prévues	49 120	491	11 404	2 667	63 682
Total des autorisations	50 481	491	12 353	3 551	66 876
Dépenses réelles	46 891	1 913	12 325	3 781	64 910

Activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Production : Bâtir un capital social en encourageant l'engagement citoyen

Le mandat principal de l'ONF consiste à élaborer, développer, produire et diffuser des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes de tous les âges. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'Office national du film du Canada utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement des connaissances, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen. De plus, l'ONF joue un rôle important dans la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents créateurs.

Marketing : Engager le citoyen canadien

En complément de ses activités de rayonnement, par le marketing de ses productions et par ses partenariats, l'ONF veut jouer un rôle central dans la promotion de l'engagement des citoyens au sein de leur collectivité respective. Le marketing consiste à rejoindre les collectivités canadiennes et à les inviter à participer à des lancements où elles peuvent voir des films et en débattre.

Appui aux cinéastes : encourager le talent actuel et prometteur

En mettant en œuvre de nombreux programmes et projets de perfectionnement, l'ONF découvre et encourage le talent, consolide le cinéma canadien et favorise l'expérimentation. Son soutien aux cinéastes canadiens se traduit par tout un éventail d'activités offertes à l'échelle du pays.

La technique et l'innovation : un savoir-faire reconnu et une recherche constante d'excellence

L'ONF, depuis sa création, contribue au développement de nouvelles technologies dans le domaine de l'audiovisuel. Le savoir-faire de son personnel technique est reconnu par tous et fait l'envie de nos partenaires d'ici et d'ailleurs. L'excellence de ce secteur nous permet d'accompagner nos nombreux collaborateurs dans leur recherche cinématographique, que ce soit

en production, en distribution ou pour l'accessibilité à notre collection De plus, il nous permet d'aider les nouveaux talents à acquérir une expertise durable et essentielle à leur développement. Par ailleurs, nous collaborons avec des établissements de recherche afin de développer l'art et la science du cinéma.

Le marché international : s'ouvrir au monde

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire internationaux. Ces collaborations nous permettent d'élargir nos auditoires. L'Office national du film du Canada distribue également ses productions et ses acquisitions dans plusieurs marchés et territoires. Afin d'optimiser ses occasions d'affaires, l'Office national du film du Canada développe des partenariats avec, notamment, les grandes collections d'archives. Ces partenariats profitent à la fois à l'ONF et à ses collaborateurs pour leur plus grand bénéfice mutuel Enfin, l'ONF s'associe à certains festivals internationaux de grande envergure pour que ses productions profitent de la meilleure vitrine ici et ailleurs.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Distribution : une collection grandissante accessible à tous les Canadiens et les Canadiennes

Forte de plus de 10 000 titres, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution incluent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe, de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Communications et réseaux : un rayonnement accru, une image de marque reconnue et une collection inscrite dans le temps

Les activités d'accès et de rayonnement rendent disponibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Par ailleurs, certaines activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre plus accessible aux générations futures. De même, l'Office national du film du Canada prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection et la rendre accessible à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et de Toronto et par sa cinémathèque en ligne. L'ONF favorise ainsi l'accès au savoir et les compétences médiatiques pertinentes pour les Canadiens et Canadiennes. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes.

Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils d'étude. Fort d'une expertise recherchée, l'Office national du film du Canada présente des classes de maître sur le documentaire et l'animation aux professionnels du cinéma, aux étudiants universitaires ou bien aux membres intéressés du public.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (ne correspond pas à un résultat stratégique du RPP 2004-2005)

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, collabore aux essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

2. Le milieu de l'audiovisuel canadien et mondial

Le milieu de l'audiovisuel tant au Canada qu'ailleurs dans le monde fait face à des défis importants.

Évolution du contexte documentaire

Au Canada comme ailleurs dans le monde, la production documentaire, et particulièrement son financement et sa distribution, sont l'objet de pressions importantes, et ce, malgré le regain de popularité dont jouit ce genre cinématographique, particulièrement en salle. À ce titre, selon *Profil 2005*[1], le genre documentaire représente 14 % des productions canadiennes portant visa (247 millions de dollars) et il est en baisse de 8 % sur l'année précédente.

Les documentaires d'opinion abordent des enjeux de société essentiels. Malheureusement, ce genre ne reçoit pas l'attention qu'il devrait auprès des télédiffuseurs. Par ailleurs, les producteurs recourent de plus en plus et en plus grande proportion à l'aide du financement public, particulièrement dans le genre documentaire, et la moyenne de celui-ci oscille autour de 35 %[2].

Devant les difficultés de financer de tels projets, les producteurs privés les délaissent ou s'associent à l'Office national du film du Canada afin que « la créativité, la diversité et la conscience sociale ne soient pas sacrifiées sur l'autel de la rentabilité[3] ». Dans un environnement d'affaires semblable, l'ONF joue un rôle stabilisateur important. Rappelons d'ailleurs la seconde réponse du gouvernement du Canada au rapport du comité permanent du Patrimoine canadien dans laquelle on peut lire : « L'ONF est un organisme clé pour la production et la distribution de films et autres œuvres audiovisuelles qui reflètent la réalité culturelle et sociale du Canada[4]. »

---

[1] Groupe Nordicité, *Profil 2005 : Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, Ottawa, février 2005, p.19.

[2] Ibid., p. 20. Nous excluons la part des télédiffuseurs publics. Lorsqu'elle est incluse, le financement public direct et indirect représente 45 % du budget de production des documentaires en 2003-2004.

[3] Trad. libre de Cox, Kirwan, *Le point de vue du milieu francophone sur le documentaire*, novembre 2002, p. 43.

[4] Patrimoine canadien, *Renforcer notre souveraineté culturelle – fixer les priorités du système canadien de radiodiffusion*, Ottawa, 2005, p. 18.

L'ONF fait des documentaires d'opinion une de ses priorités, car la population veut voir des films qui l'aident à mieux comprendre les enjeux présentés sous divers points de vue[5].

Se faire voir et entendre de nos publics dans le format de leur choix : un défi constant

La multiplication des choix offerts à nos différents publics rend le travail de l'ONF plus difficile que jamais. Nous sommes en compétition directe avec une variété importante de produits culturels et éducatifs. Cela est particulièrement vrai du marché télévisuel canadien. Nous observons depuis quelques années une fragmentation des auditoires et un marché encombré par une offre vaste et séduisante pour des diffuseurs avides de cotes d'écoute.

Malgré cette fragmentation et la compétition à laquelle l'Office national du film du Canada doit faire face, les documentaires continuent d'attirer les téléspectateurs; certains, exceptionnels, ont été vus par plus d'un million de personnes[6]. Une statistique semblable démontre bien que l'ONF doit continuer à produire ce genre de films qui trouvent un écho auprès de la population canadienne. La couverture non dupliquée des productions de l'ONF diffusées sur les chaînes canadiennes en 2004-2005 a été supérieure à 8,5 millions de téléspectateurs, soit une légère diminution par rapport à l'année précédente. Dans un environnement d'affaires où la concurrence est forte, nos productions et nos coproductions ont su se tailler une place enviable au cœur de l'univers télévisuel du Canada.

Afin de remplir son mandat, il importe également à l'Office national du film du Canada d'offrir à ses publics des productions dans un format qui leur convient. À la fois une source de possibilités infinies et de défis logistiques importants, la numérisation du contenu de notre collection et de nos nouvelles productions a été une priorité pour l'ONF durant l'année 2004-2005. Par ailleurs, si l'Office national du film du Canada s'engage résolument sur la voie de la production numérique, il n'en demeure pas moins que la conversion du système de télédiffusion canadien dans ce format demeure un défi.

Dans ce contexte, l'ONF prend note, comme l'a souligné le gouvernement du Canada, que le ministère du Patrimoine canadien collaborera avec d'autres ministères, organismes et intervenants pour clarifier la politique et les objectifs, repérer les lacunes et contribuer à l'élaboration d'un plan de transition au numérique[7]. L'ONF se réjouit à l'idée d'examiner ces questions avec le gouvernement pendant la période de planification.

3. Principaux partenaires

Partenaire et collaborateur sur tous les plans : synergie, créativité et optimisation

L'ONF a continué à forger des partenariats stratégiques avec des maisons de production et de distribution du secteur privé canadien et avec des diffuseurs publics afin de coproduire, diffuser

---

[5] Canadian Media Research Inc., *TV Audiences and the NFB*.

[6] Groupe Nordicité ltée, *Getting Real/Toute la vérité : profil économique de l'industrie canadienne du documentaire*, mars 2003, p. 1.

[7] Il y est fait allusion dans la publication récente intitulée *La réponse du gouvernement du Canada au rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, Notre souveraineté culturelle : Le deuxième siècle de radiodiffusion canadienne*. Ottawa, 2003, p. 13.

et distribuer nos films. À l'échelle internationale, l'ONF s'est assuré de former des alliances en vue de maximiser les synergies potentielles et d'accroître les ventes et les revenus.

Nos collaborations en production nous ont fait participer à 57 coproductions en 2004-2005. Des projets tels que la coproduction oscarisée *Ryan*, le long métrage documentaire en haute définition *Le prix de la paix* ou, enfin, *Duhamel, Adrenaline Rush*, sont autant d'exemples de coproductions qui nous ont permis de mettre en commun nos ressources financières, notre expertise technique et notre savoir-faire créatif.

Nos partenariats avec des collaborateurs étrangers se sont poursuivis en 2004-2005. Nous avons accentué notre collaboration avec plusieurs diffuseurs, notamment NHK, au Japon, et France 2. Le World Documentary Fund, en collaboration avec la BBC et le UK Film Council, se poursuit avec la coproduction de *Diameter of the Bomb* et la sortie en salle de *Game Over : Kasparov and the Machine*. Ponctuellement, d'autres projets s'ajouteront lorsque des occasions intéressantes se présenteront.

L'ONF participe également à plusieurs festivals, non seulement en soumettant des films, mais également en collaborant à la réussite de ces événements. Ainsi, l'ONF a été un fer de lance du premier Sommet sur les politiques régissant le documentaire, lors de Hot Docs, à Toronto, en mai 2004. Ce sommet doit également se répéter au cours des prochaines années. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada lancera, en mai 2005, en collaboration avec le Festival de Cannes, le prix Norman-McLaren pour le gagnant de la Palme d'or du meilleur court métrage.

Pour assurer la meilleure distribution possible de nos actifs audiovisuels dans tous nos marchés et nos territoires d'activité, nous avons également poursuivi et développé des partenariats avec National Geographic et Gaumont Pathé pour la commercialisation de nos plans d'archives et de nos extraits de films.

Le monde l'éducation

De plus, dans le milieu de l'éducation, l'ONF favorise l'établissement de liens étroits avec les chaînes éducatives, le personnel enseignant, les établissements de recherche et d'enseignement ainsi que les bibliothèques. À ce chapitre, il a mis l'accent sur le resserrement des liens avec les systèmes scolaires. L'ONF a établi des partenariats avec de nombreuses bibliothèques un peu partout au Canada. Il fournit aussi des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de nombreux congrès annuels du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités. Dernièrement, nous avons participé à un projet pilote de diffusion numérique en circuit fermé, avec le ministère de l'Éducation de l'Alberta.

Ensemble avec le gouvernement canadien

L'ONF compte sur la collaboration du ministère du Patrimoine canadien et des organismes de son portefeuille pour coordonner les activités patrimoniales et respecter les priorités pan-gouvernementales. Avec d'autres organismes et sociétés d'État membres du portefeuille, l'ONF siège à plusieurs comités et groupes de travail, comme le Comité parallèle du portefeuille, une tribune où se discutent les enjeux communs aux autres organismes du portefeuille.

L'ONF s'associe fréquemment à des organismes culturels fédéraux. Son but est d'harmoniser ses politiques avec celles de Téléfilm Canada (TFC) et du Conseil des Arts du Canada, tout en cherchant des moyens d'accroître les possibilités de production avec Radio-Canada ou la CBC, et de diffusion sur ces chaînes. Également, l'ONF a participé au projet de cinéma électronique (e-cinéma) en collaboration avec Téléfilm Canada, la SODEC et la firme de Daniel Langlois, DigiScreen, dans le cadre duquel nous explorons les possibilités du cinéma numérique en salles.

L'initiative DÉCLIC, dans le cadre duquel on offre des stages et des apprentissages à des cinéastes et artisans issus de différentes communautés culturelles ou autochtones, constitue un autre exemple de collaboration entre l'ONF et divers organismes culturels du gouvernement fédéral. D'une durée de trois ans, ce programme de partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien, mené en parallèle avec Téléfilm Canada et le Conseil des Arts du Canada, est une initiative de l'ONF, et se poursuivra en 2005-2006.

L'ONF collabore aussi au Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO). Cette initiative du ministère du Patrimoine canadien lancée en juin 2000, vise à aider les communautés de langue officielle en situation minoritaire à s'épanouir en renforçant l'appui des organismes fédéraux œuvrant dans le milieu culturel. L'ONF et ses partenaires régionaux ont réussi à apporter une aide structurante aux communautés minoritaires en favorisant de nouvelles opportunités de création et de collaboration, par exemple la formation du regroupement des cinéastes francophones du Canada, offerte ponctuellement dans les communautés ciblées. Pour la minorité anglophone du Québec, l'ONF a collaboré à la création du programme *Doc Shop 2004-2005*, qui vise la découverte de nouveaux talents, et à leur donner une première expérience positive de la réalisation et de la diffusion de documentaires.

http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/lo-ol/ci-ic/ipolc_f.cfm

En outre, l'ONF bénéficie du Fonds Mémoire canadienne dont l'objectif est de mettre tous les Canadiens en contact avec la richesse du patrimoine du Canada en leur permettant d'accéder gratuitement, au moyen d'Internet, aux grandes collections du patrimoine culturel canadien détenues par des institutions fédérales, et ce, dans les deux langues officielles. Cette participation a permis à l'ONF de numériser une partie de sa collection et de la rendre disponible en ligne via CinéRoute et son site Internet de ressources pédagogiques. Les projets mis en ligne sous l'égide du Fonds Mémoire sont : *Objectif Documentaire*, la cinémathèque en ligne et *Image d'une guerre oublié*, donnant ainsi accès aux films de la Première Guerre mondiale.

www.pch.gc.ca/progs/pcce-ccop/progs/mem_f.cfm et www.onf.ca

4. Facteurs internes et externes

Arrivant à la dernière année de la mise en place de son plan stratégique 2002-2006, l'ONF a consolidé les nombreux changements apportés à l'institution ces trois dernières années. Nos objectifs demeurent :

- de définir le rôle essentiel que joue l'ONF dans le paysage audiovisuel canadien et le positionner dans le nouveau contexte de la mondialisation;
- de favoriser le rapprochement entre le public canadien, l'ONF d'aujourd'hui et notre patrimoine audiovisuel;
- de refléter davantage et de manière plus pertinente la société canadienne;

- de confirmer le rôle de l'ONF à titre d'incubateur d'excellence et d'innovation créatrice;
- de maintenir et de développer le capital humain de l'ONF;
- d'augmenter de façon significative le rendement du capital investi.

Les risques, défis et possibilités que supposent ces facteurs, ainsi que leurs répercussions sur l'ONF

Risques

Les risques externes englobent le fait que l'ONF n'a pas suffisamment accès, d'une manière distinctive, aux canaux de diffusion et de distribution de ses productions, non plus qu'à leur promotion. Compte tenu de l'accès parfois limité de la programmation dans des créneaux à l'occasion désavantageux et de l'absence de marque distinctive à l'écran, la population canadienne ne peut voir les films de l'ONF ou les voit difficilement, et ne sait pas, ou rarement, qu'il s'agit de ses films. L'ONF a d'autres moyens parfois plus onéreux, mais plus efficaces à long terme pour engager directement le dialogue avec la population sur des sujets qui l'intéressent et, le cas échéant, à se faire connaître comme étant à l'origine de ce dialogue.

Défis

Financement

Au cours de cette période, l'un des défis importants de l'ONF demeure la diminution de ses ressources financières. L'ONF pourrait faire mieux s'il disposait de ressources commensurables aux responsabilités qui lui incombent. Il devrait pouvoir compter sur une injection de fonds plus importante pour être en mesure de continuer à jouer les rôles aussi multiples qu'essentiels de conservation, de production et de diffusion.

Maximiser les revenus dans une industrie en pleine mutation

L'ONF détient l'un des plus riches catalogues audiovisuels au monde et une cinémathèque de plans d'archives. Il peut accroître ses revenus en multipliant les licences de diffusion, en réalisant de nouvelles compilations pour des marchés précis, en offrant des produits sur mesure pour le système d'éducation, et par d'autres moyens encore. Il œuvre toutefois au sein d'une industrie en pleine mutation, ce qui rend difficile l'établissement de prévisions exactes. Il faut réitérer le fait que l'ONF ne doit en aucun cas compromettre ses valeurs fondamentales, et qu'il doit peser l'objectif de maximiser les revenus en regard de ses objectifs en matière de culture et d'atteinte des publics, lesquels ne sont pas de prime abord de nature commerciale.

Question de droits

De plus, l'ONF ne peut acquérir de droits à court terme pour une seule utilisation comme dans le cas de redevances à des fins de télédiffusion. Il doit aussi racheter les droits sur des films à valeur historique afin que la population canadienne y ait accès. Il s'agit là d'une responsabilité qui incombe à l'ONF, en sa qualité de producteur public. L'augmentation du coût d'achat des droits se répercute directement sur le coût des productions et représente un défi croissant pour l'ONF.

Restructuration

Par ailleurs, l'ONF a choisi de restructurer certaines de ses activités afin de l'aider à mieux atteindre les objectifs de son plan stratégique. Par le passé, les activités de marketing étaient décentralisées dans les différentes directions de l'Office. De manière à assurer une plus grande concertation et un plus grand impact dans son approche de mise en marché et de diffusion de sa production, l'ONF créera une direction du marketing. De plus, afin de mieux desservir ses activités de production, de distribution et d'accessibilité, la Direction de l'innovation et des ressources techniques sera dorénavant financée à la base et non plus selon une dynamique de recouvrement interne des coûts. Cela devrait nous permettre d'optimiser l'utilisation de nos ressources humaines et matérielles. Enfin, les activités de coproductions internationales seront intégrées aux Programmes français et anglais de l'ONF. Nous pensons que nos coproductions internationales font maintenant partie intégrante de nos activités de production.

Possibilités

Distribution de documentaires

Quelques rares distributeurs du secteur privé demeurent des intervenants clés dans la distribution de documentaires, mais ils concentrent le plus souvent leurs efforts sur les séries ou *documentaires de divertissement*. En pareil contexte, l'ONF joue un rôle unique et essentiel dans la distribution de documentaires. Il importe également de noter que ce secteur d'activité économique est très compétitif comme le démontre la disparition de plusieurs distributeurs privés, notamment *Cinéma Libre* au Québec et *Magic Lantern* dans le marché institutionnel canadien anglais. La distribution de documentaires se veut une activité dont les besoins en ressources humaines et les coûts sont importants. Malheureusement, souvent, les licences payées couvrent difficilement les frais encourus pour distribuer et promouvoir les films documentaires d'une manière adéquate. Cette réalité crée une pression énorme sur les opérations des distributeurs privés.

Appliquer les nouvelles technologies de distribution numérique

Le rythme de l'évolution technologique et l'intérêt croissant que manifeste la population canadienne pour des films de plus en plus variés offrent des débouchés intéressants non seulement à l'ONF, mais au film canadien en général. Le cinéma électronique, un réseau parallèle, a été examiné et jugé viable. En 2004-2005, l'ONF et Téléfilm Canada ont commandé une étude sur un réseau de cinéma électronique. L'étude a montré que même avec une approche classique fondée sur le système de diffusion en place, les politiques gouvernementales exigeraient que le Canada joigne les rangs d'autres pays et incite, comme eux, l'industrie privée à déloger ou à adapter l'infrastructure de diffusion existante pour intégrer la projection numérique. Le Canada aurait nettement avantage à soutenir un réseau de cinéma électronique pour : 1) accroître la diversité des films offerts aux spectateurs canadiens, notamment des films canadiens, des longs métrages documentaires et des premières œuvres de long métrage; 2) permettre à de petites collectivités isolées d'accéder à des longs métrages en première diffusion; 3) favoriser l'interactivité; 4) profiter d'un système de distribution et de diffusion à moindres frais, une fois payé le coût d'installation.

5. La contribution de l'ONF aux priorités gouvernementales

Par l'entremise du ministère du Patrimoine canadien, l'ONF contribue directement à la réalisation des priorités du gouvernement fédéral. Ces priorités, énoncées dans le discours du Trône de 2004 (octobre 2004) et dans le discours budgétaire 2005 (février 2005), touchent plus particulièrement l'ONF.

a. Collectivités : Le gouvernement s'est engagé à lier les collectivités entre elles et à les aider à être plus dynamiques, à étendre leur rayonnement culturel, à être plus unies et à devenir partenaires du renforcement des assises sociales du Canada. L'ONF produit, dans les deux langues officielles, du contenu audiovisuel canadien sur des enjeux sociaux qui préoccupent les collectivités à l'échelle du pays. Ces productions s'expriment dans des voix diverses, communiquent un sentiment de fierté à l'égard de l'histoire, de la diversité, des traditions et des réalisations canadiennes, et assurent la promotion des valeurs et des intérêts culturels canadiens, non seulement au pays, mais partout dans le monde. Les films et projets de l'ONF sont des produits rassembleurs qui favorisent l'engagement et le dialogue entre les citoyens et citoyennes, et consolident les collectivités. L'influence importante des films de l'ONF sur la société découle de stratégies et d'activités permanentes et intégrées en matière de communication, de marketing, de rayonnement et de distribution.

b. Expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones : Conformément à l'engagement du gouvernement à l'endroit des différentes communautés culturelles et autochtones, l'ONF joue un rôle unique dans la production et la distribution d'œuvres audiovisuelles réalisées par les membres de ces communautés. L'initiative Reel Diversity se veut un bel exemple.

c. La gestion de l'environnement : Le gouvernement s'est engagé à faire de l'environnement une priorité. L'ONF contribue à l'atteinte de cet objectif en produisant des œuvres audiovisuelles qui alimentent la réflexion et la discussion sur ce sujet. Il aide à conscientiser les Canadiens et Canadiennes sur les enjeux liés à l'environnement. La série *Mission arctique* représente un exemple probant du type de productions que l'ONF offre aux citoyens et citoyennes du Canada afin de favoriser leur réflexion et leur engagement.

d. Plan pour l'apprentissage et la garde de jeunes enfants. L'ONF contribue à ce plan par l'entremise de ses activités dans le secteur de l'éducation. L'ONF distribue des productions éducatives particulièrement bien adaptées à notre clientèle scolaire, laquelle comprend les centres de la petite enfance et les institutions préscolaires. De plus, l'ONF a élaboré des outils d'apprentissage pour le personnel enseignant de tous les niveaux. Les films de l'ONF sont vu dans les écoles canadiennes favorisant ainsi le développement de liens entre tous les jeunes Canadiens et Canadiennes. Par ailleurs, l'Office accueille, à Montréal et Toronto, des milliers de jeunes à ses ateliers et ses camps de jour durant la période estivale où la créativité est mise de l'avant.

e. Affaires internationales : Le gouvernement a affirmé l'importance de la culture comme valeur d'exportation. L'ONF s'est taillé une brillante réputation internationale comme organisme véhiculant des valeurs canadiennes, faisant comprendre et connaître le Canada

aux quatre coins du monde et ouvrant les portes aux artistes et entreprises canadiennes à l'échelle de la planète. Il forge des alliances internationales, cherche de nouveaux débouchés, élargit son auditoire et traite des enjeux qui touchent la population canadienne comme celle des autres nations.

f. Technologie : Le gouvernement cherche à moderniser ses institutions culturelles à l'aide des nouvelles possibilités technologiques qu'offre l'ère numérique. À ce chapitre, l'ONF est en mesure de jouer un rôle actif, tout particulièrement grâce à sa Direction innovation et ressources techniques, qui s'occupe d'aide à la préproduction et à la postproduction, de formation et d'accès au matériel. L'ONF se distingue aussi par l'expérimentation des nouvelles technologies médiatiques; par exemple, quelques-uns de ses films d'animation ont été produits sur SANDDE[MD], un outil d'animation 3D révolutionnaire. L'ONF est un chef de file reconnu et gagnant de plusieurs Oscars® dans le domaine du cinéma et de l'imagerie numérique.

6. Le rendement du Canada en 2004

Dans le document *Le rendement du Canada : rapport annuel au Parlement, 2004*, on rapporte que l'ONF contribue à façonner « un monde dans lequel le Canada a une influence et un profil positifs ». Il y est également mentionné que l'Office national du film du Canada favorise « une culture et un patrimoine canadiens dynamiques ». Par ailleurs, nous estimons que les activités de l'ONF contribuent à :

- l'identité canadienne et à la cohésion sociale au pays;
- un public canadien renseigné et engagé;
- une industrie cinématographique et télévisuelle florissante, diversifiée sur le plan culturel et reconnue pour la qualité de ses productions.

SECTION III – ANALYSE DU RENDEMENT PAR RÉSULTAT STRATÉGIQUE

Résultat stratégique

Le résultat stratégique de l'ONF consiste à produire et rendre accessible des œuvres audiovisuelles pertinentes, ambitieuses et innovatrices qui offrent aux Canadiens et aux Canadiennes une meilleure compréhension du Canada et du monde.

Activité de Programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Le mandat principal de l'ONF consiste à produire des œuvres audiovisuelles pertinentes et distinctives qui témoignent des grands enjeux sociaux d'ici et d'ailleurs, de la diversité et de la richesse des communautés du pays pour le plus grand bénéfice des Canadiens et des Canadiennes. Les œuvres documentaires et d'animation produites par l'Office national du film du Canada utilisent des technologies innovatrices et des formats de production variés. Elles sont des outils d'accroissement de connaissance, d'éducation, d'innovation sociale et d'engagement citoyen

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activités**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde.	1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui. 2. Placer l'innovation à l'avant-plan. 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones.	**Production** : Une programmation d'oeuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. Un environnement de travail qui favorise les partenariats avec des créateurs établis ou émergents d'origines ethniques diverses, de même que les collaborations avec des producteurs privés.	1. Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes. 2. Consolider la capacité de l'ONF à détecter et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux – assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones ou de milieux culturels divers. 3. Favoriser les partenariats par les coproductions. 4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie. 5. Maintenir le développement de coproductions internationales.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
49 120 $	50 481 $	46 891 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- Les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues).
- Les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations). En 2004-2005, les autorisations totales comprennent les sommes additionnelles reçues pour couvrir les initiatives et les programmes spéciaux tels que les activités en ligne, le programme PICLO, le Fonds Mémoire canadienne, l'initiative DÉCLIC ainsi que les fonds reportés de l'année précédente. Des crédits ont été retirés pour l'Initiative de réaffectation du gouvernement.
- Le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles). L'écart des dépenses réelles par rapport au total des autorisations est attribuable entre autres à des dépenses moindre à la réalisation de préventes supérieures à celles prévues. Les prévisions de revenus étaient établies à 1 006 000$ alors que les résultats ont atteint 2 467 000$.

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
284	284	281

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- la connaissance et la compréhension, par les Canadiens et les Canadiennes, de divers enjeux importants pour eux;
- la stabilité du niveau d'emploi dans l'industrie;
- une nouvelle génération de documentaristes et de cinéastes d'animation;
- la référence internationale dans le domaine du cinéma documentaire;
- au moins 85 % de la programmation sur des enjeux sociaux;
- programmation consistant en la production de documentaires d'opinion, de films d'animation, de films de fiction innovateurs et de produits nouveaux médias;
- projets innovateurs et expérimentaux;
- nombre important de coproductions;
- développement et perfectionnement de nouveaux talents.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme :

Pour évaluer ses activités de programmes l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF;
- degré d'atteinte des auditoires (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision incluant l'utilisation Internet, les visionnages communautaires en salles;
- reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger;
- nombre d'applications innovatrices;
- participation de la population canadienne;
- diversité à l'écran et en coulisses;
- progression du nombre de coproductions.

Les priorités

1. **Maintenir une programmation globale d'œuvres audiovisuelles distinctives, audacieuses et pertinentes**

Indicateurs :

- **Diversité des genres et des sujets traités dans les productions de l'ONF**

Durant l'année 2004, l'ONF s'est assuré de la diversité des genres et des sujets traités. L'analyse de sa production démontre que près de 85 % des films produits ont abordé des enjeux sociaux. Il a réalisé 135 films, vidéos et produits multimédias, dont 57 coproductions avec le secteur privé.

Parmi les films importants de l'ONF qui ont suscité un engagement social de la part des Canadiens et des Canadiennes, on retrouve des productions ou des coproductions telles *Being Caribou* de Diana Watson et Leanne Allison, laquelle explore les enjeux liés à l'exploitation des ressources naturelles dans le Grand Nord et les impacts sur les populations animales, notamment le caribou.

No Place Called Home, de Craig Chivers, jette un œil intime aux difficultés quotidiennes d'une famille canadienne, pauvre et sans toit. Le film capte de manière saisissante ce que signifie « être pauvre » dans le Canada du 21e siècle.

Dans *ScaredSacred*, Velcrow Ripper questionne l'expérience humaine dans ses moments les plus noirs – Auschwitz, Hiroshima, Wounded Knee – et interroge l'auditoire sur la façon dont nous pouvons transcender ces expériences et les transformer en source d'espoir et d'inspiration sur la résistance et la résilience de la nature humaine.

La santé est une préoccupation constante pour la population canadienne. Nos habitudes de vie, tout comme les réalités démographiques de notre société, suscitent des questionnements importants. Dans *Édith et Michel*, Jocelyne Clarke explore le quotidien d'un couple dont l'un des époux est atteint de la maladie d'Alzheimer. Pour le film de Glynis Whiting, *The Weight of the World*, l'obésité devient le sujet d'une production qui examine comment les sociétés occidentales se sont rendues malades. Notons également le traitement médiatique important lors des

télédiffusions de *Médecine sous influence*, réalisée par Lina Moreco, qui traite de l'acharnement thérapeutique sur les nouveau-nés et son impact sur leur famille. Notons aussi le film de John Ritchie, *The Ties that Bind*, vu par un nombre exceptionnel de spectateurs, qui a été précédé un an à l'avance d'un site Internet, lequel a très vite mobilisé une communauté de personnes vivant avec des déficiences et d'aidants qui partagent leur quotidien. Cette expérience s'est avérée révélatrice de la façon dont nous pouvons contribuer à créer des liens entre des groupes d'intérêt jusque-là isolés.

Fort d'une collection importante de films réalisés par des Canadiens d'origine autochtone, l'ONF a préparé une rétrospective de treize productions-phares qui ont marqué la cinématographie autochtone au Canada. Cette collaboration avec le diffuseur APTN, explore les grands thèmes de l'histoire, de l'identité et du patrimoine autochtone canadien.

Les grands enjeux internationaux font également l'objet de plusieurs productions de l'ONF. Coproduit avec la compagnie Barna Alper de Toronto, *The Take*, de Avi Lewis et Naomi Klein, examine la mondialisation en étudiant l'exemple argentin, où les travailleurs licenciés d'usines occupent leur ancien lieu de travail et lui redonnent vie. *Ce qu'il reste de nous*, coproduit avec Nomadik Films et réalisé par François Prévost et Hugo Latulippe, questionne la survie du peuple tibétain et offre l'espoir à sa population par l'entremise d'un message préenregistré du Dalaï-lama, absent de son pays depuis plus de 50 ans. Réalisé par Paul Cowan, *The Peacekeepers*, présente le portrait d'une institution, l'ONU, en mission de paix en République démocratique du Congo, tentant de rétablir un semblant d'ordre et d'éviter un autre Rwanda, dans des conditions extrêmement difficiles. Au Moyen-Orient, *Soraida, une femme de Palestine*, de Tahani Rached, examine le quotidien d'une femme palestinienne courageuse qui vit dans les territoires occupés. Elle présente le récit journalier de petites victoires et de résistances aux conflits, qui nous plonge au cœur de l'expérience humaine.

Par ailleurs, les projets Internet tels CitizenShift <http://citizen.nfb.ca> et *Parole* citoyenne <http://citoyen.onf.ca> continueront d'être développés pour qu'on en tire leur plein potentiel de sensibilisation et d'incitation au dialogue parmi les citoyens et citoyennes de différentes communautés. Il s'agit d'espaces publics et technologiques où sont abordées des questions sociales comme la citoyenneté, la pauvreté, la santé et la démocratie, lesquelles constituent autant d'invitations à un vrai partenariat et à une participation pleine et entière par le recours à Internet.

La série *Je vis ta vie*, coproduite par Les Productions La Fête, est conçue pour les jeunes, avec eux. Composée de courts métrages documentaires, la série donne la chance à des jeunes d'élargir leurs horizons culturels en s'immergeant dans un quotidien complètement différent du leur. Dans *A Border Story (Histoire de frontières)*, une fille de Washington rend visite à un garçon d'Ottawa le 1er juillet, et tous deux se rencontrent à nouveau dans la capitale des États-Unis, le 4 juillet. Dans *Enfin la récré (School's Out)*, trois jeunes changent de place avec le directeur, le concierge et un professeur.

En 2004-2005, l'ONF a produit des vidéos et des sites Web sur l'école et la vie de famille, les sciences, et l'interaction entre jeunes de différents milieux. Complément à la production *Teaching Peace in a Time of War*, de Teresa MacInnes, l'ensemble éducatif PAIX@L'ÉCOLE sensibilise les jeunes et les enseignants aux enjeux reliés à la paix à l'école. Le documentaire *It's*

a Girls World (Une affaire de filles), réalisé par Lynn Glazier, aborde l'intimidation entre élèves dans le milieu scolaire du point de vue de jeunes filles. Sur son site Web, l'ONF présente un ensemble de ressources éducatives qui permettent aux enseignants et enseignantes d'utiliser notre collection à des fins éducatives. Avec des projets tels que, *Objectif Documentaire/Doc Lens*, *Histoire d'une guerre oubliée*, avec le financement Fonds Mémoire, l'ONF offre une véritable solution de rechange aux produits commerciaux, dont les jeunes sont constamment bombardés, de même que des documents de soutien pour le personnel enseignant.

Plusieurs initiatives Internet ont également vu le jour ou se sont poursuivies en 2004-2005 à l'ONF. Il faut mentionner à cet égard *Silence, on court !*, qui offre aux internautes l'occasion de visionner en ligne les courts métrages de jeunes et dynamiques cinéastes d'ici et d'ailleurs. Le projet *Hot House* permet à de nouveaux talents de présenter en ligne leurs dernières animations, réalisées et montées en moins de douze semaines!

Selon cet indicateur de performance, nous avons atteint les résultats que nous nous étions fixés dans le RPP 2004-2005, de même que dans l'AAP pour cette activité de programme. Les films produits par l'ONF ont contribué de manière très satisfaisante à nos priorités et à nos engagements.

- **Degré d'atteinte des auditoires et niveau d'intérêt pour les films (auditoire à la télévision, auditoire autre qu'à la télévision et rayonnement du site Internet).**

Les cotes d'écoute des productions de l'ONF indiquent à quel point nous rejoignons les auditoires à la télévision. En 2004-2005, les renseignements disponibles suggèrent une diminution des cotes d'écoute pour les productions de l'ONF, mais un plus grand nombre de diffusions.

Auditoire à la télévision

Les films de l'ONF sont une source importante de contenu canadien distinctif et pertinent destiné au système de radiodiffusion canadien; ces films sont regardés par l'entremise d'une variété significative de chaînes télévisuelles, tant généralistes que spécialisées et numériques. Depuis sa création en 2001, l'Office national du film du Canada est partenaire d'une chaîne numérique, The Documentary Channel (avec la CBC et Corus). De plus, le nombre important de coproductions faites en collaboration avec l'ONF accroît la valeur de son image de marque et celle de ses partenaires.

Comme l'indiquent les tableaux 1 et 2 présentés ci-dessous, les productions de l'ONF ont fait l'objet de 2 063 télédiffusions en français et en anglais en 2004-2005, une augmentation de quelque 10 % par rapport à l'année précédente; le nombre total de téléspectateurs rejoints a toutefois légèrement diminué, pour s'établir à 8 539 000 personnes (9 341 000 en 2003-2004).

Tableau 1

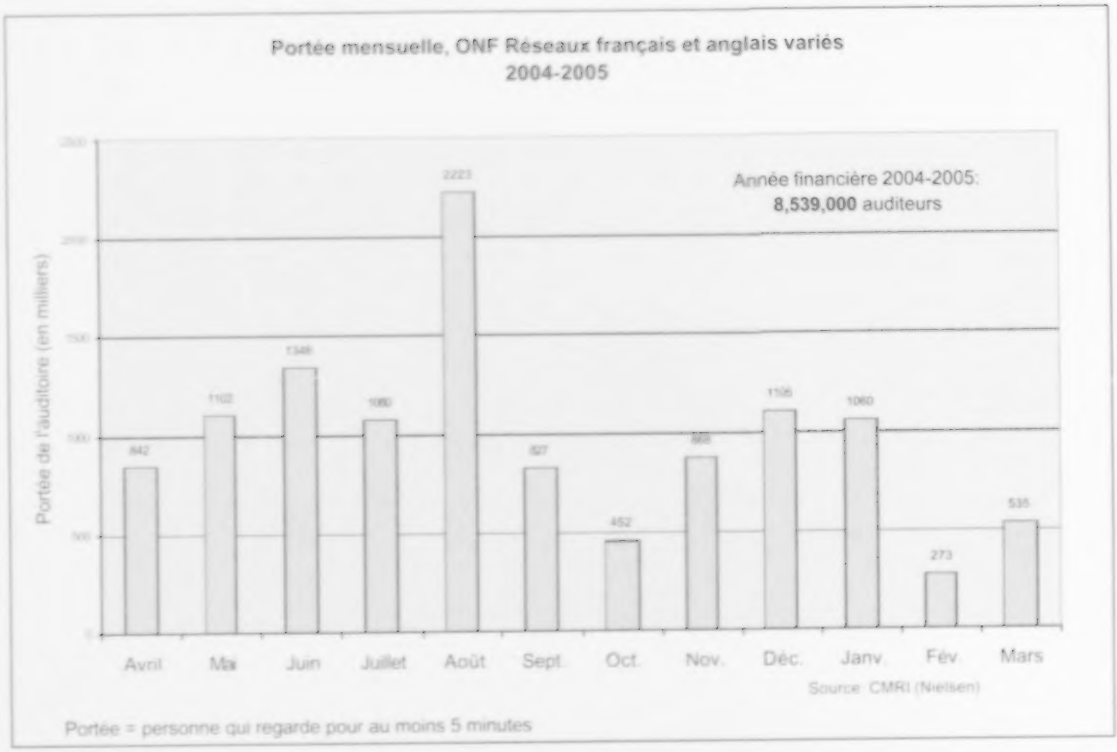
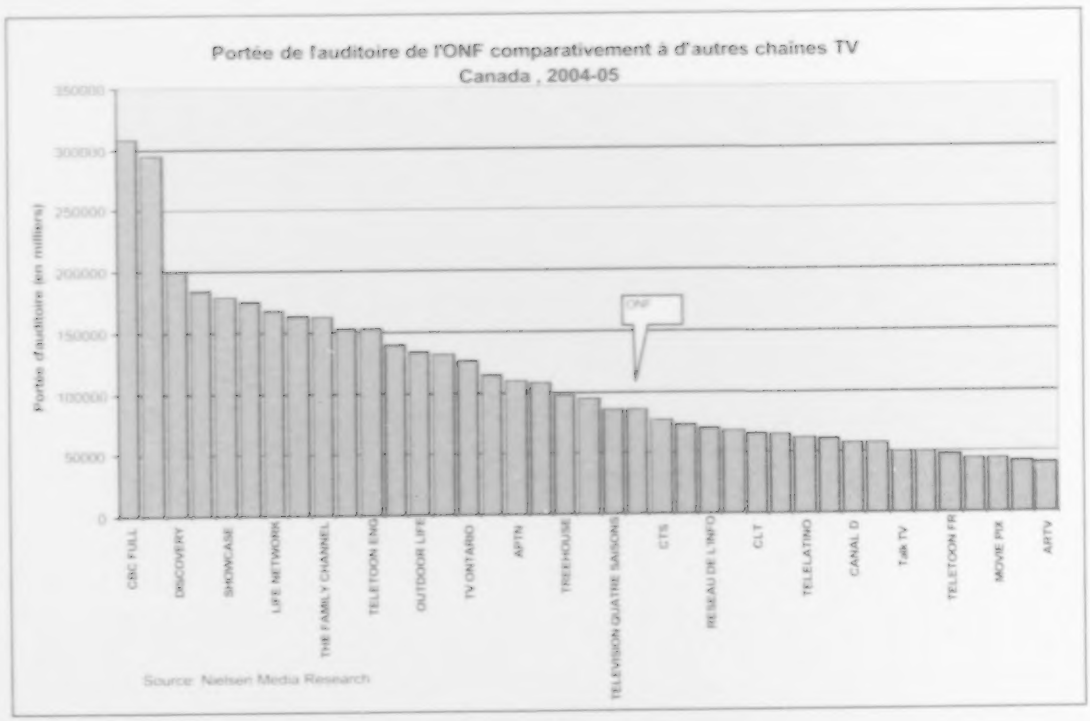


Tableau 2



Au Canada, les films de l'ONF ont surtout été présentés sur les chaînes Bravo, CBC, APTN, CBC Newsworld, Documentary Channel, Radio-Canada, History Television, Access Learning, Canal D et Télé-Québec.

Certains titres ont attiré un auditoire formidable. *The Take* a obtenu des résultats parmi les meilleurs en mars 2005, attirant 519 000 téléspectateurs à la CBC. *Les navires de la honte* a dépassé le cap des 215 000 téléspectateurs sur la chaîne Télé-Québec. La série de *The Nature of Things*, sur la CBC, présente mensuellement plusieurs documentaires de l'ONF, obtenant chaque fois de fort bons résultats.

Développement et achalandage du site Internet

Le site Internet de l'ONF est devenu au fil des ans un lieu de passage incontournable pour tous ceux et celles qui, d'ici ou d'ailleurs, veulent se renseigner sur l'institution. Il y a eu une augmentation de près de 25 % du nombre de pages visitées. Cette année encore, la fréquentation a enregistré une hausse par rapport à l'année précédente, soit 40 507 512 séances d'utilisateurs en 2003-2004 par rapport à 44 045 864 en 2004-2005. Mentionnons également que la durée moyenne des séances est passée de 13 minutes à près de 19 minutes, ce qui selon toute probabilité reflète une augmentation des séances de visionnage en ligne. Au cours de l'année, l'ONF a entrepris une refonte du site; la nouvelle version a été mise en ligne au début 2005.

Selon cet indicateur de performance, nous avons partiellement atteint les résultats que nous nous étions fixés dans le RPP 2004-2005, de même que dans l'AAP pour cette activité de programme. Les films produits par l'ONF ont contribué de manière satisfaisante à nos priorités et à nos engagements. Bien qu'importants, nos auditoires télévision ont diminué en 2004-2005. Plusieurs éléments peuvent expliquer cette diminution. Selon nous, le nombre d'heures de productions ONF télédiffusées a augmenté, mais les chaînes, particulièrement les chaînes spécialisées, qui en ont fait la diffusion ont généré des auditoires moyens moins importants. Il n'en demeure pas moins que nous touchons encore beaucoup de Canadiens et de Canadiennes. Par ailleurs, nos sommes heureux de mentionner des résultats fort réjouissants en ce début d'année 2005-2006.

- **Reconnaissance sous forme de prix décernés lors de festivals, tant au Canada qu'à l'étranger.**

La reconnaissance que témoigne l'industrie canadienne et étrangère à l'égard de l'excellence des films de l'ONF est une mesure du caractère concurrentiel – donc de la qualité, de la pertinence et de l'innovation – de ses productions. On trouvera au tableau ci-dessous le nombre de prix remportés par l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année, par rapport à l'année précédente.

Prix remportés

	2003-2004	2004-2005
Canada	38	76
International	79	128
Total	117	204

En 2004-2005, les œuvres et les artisans de l'ONF ont fait une moisson remarquable de 204 prix et distinctions pour les œuvres produites au Canada, mais aussi à l'occasion d'événements internationaux prestigieux. Certains prix l'ont été pour la participation mémorable de nos réalisateurs et réalisatrices à la cinématographie canadienne. C'est le cas d'Alanis Obomsawin qui a reçu de l'International Documentary Association, le Pionner Award pour souligner la contribution exceptionnelle à l'avancement de l'art documentaire. Il importe également de noter l'hommage rendu à Anne Claire Poirier par les Rendez-vous du cinéma québécois pour l'ensemble de son œuvre filmique et également par le Festival international de films de femmes à Créteil, en France.

En tête de liste cette année, on retrouve la coproduction *Ryan*, qui relate la vie de Ryan Larkin, un animateur renommé de l'ONF, qui vit maintenant dans la rue. Pour raconter cette histoire, Chris Landreth, le réalisateur, a utilisé une technologie innovatrice qui ouvre un champ nouveau pour l'animation. À lui seul, en 2004-2005, ce film a reçu plus de 41 prix partout dans le monde, notamment, le onzième Oscar® de l'Office national du film du Canada. Cannes, Annecy, Hiroshima et Ottawa sont autant d'endroits où le film a aussi été récompensé.

Invité au Times London Film Festival, à l'International Documentary Film Festival d'Amsterdam, présenté à la Semaine de la critique à Cannes, récompensé au Festival des films de l'Atlantique, au Festival international du film de Vancouver et au Hollywood Film Festival, la coproduction *Ce qu'il reste de nous* fut également à l'honneur durant la 7e soirée des Jutra. Cette soirée a également vu Michel Brault recevoir un Jutra pour l'ensemble de sa contribution au cinéma québécois, une grande partie de sa carrière s'étant déroulée à l'ONF.

Notons également la reconnaissance de la pertinence et de la qualité des films de l'ONF par le Toronto International Film Festival qui consacrait trois films de l'Office national du film du Canada parmi les dix meilleurs films canadiens de l'année 2004. Canada's Top Ten est un événement qui célèbre et fait la promotion du cinéma contemporain canadien en vue de sensibiliser le public aux réalisations canadiennes. Cette reconnaissance est particulièrement importante.

À la suite du Gala des Prix Gémeaux 2004, l'ONF a récolté plusieurs prix : celui du meilleur documentaire culture a été décerné au film *Le cabinet du docteur Ferron*, portrait personnel, méditation littéraire nous rappelant le grand auteur qu'a été Jacques Ferron. Une autre production

de l'ONF, *Noël Noël*, a reçu le prix de la meilleure émission ou série d'animation. Ce conte, réinventant Noël avec des personnages aussi colorés qu'originaux, a été réalisé par Nicola Lemay. Avec une cote d'écoute déjà remarquable à sa première diffusion, *Marché Jean-Talon* a remporté le prix du multiculturalisme et le prix de la meilleure série documentaire. Réalisé par Jean-Philippe Duval et Hélène Choquette, ce docu-feuilleton en six épisodes sur des personnages attachants du marché Jean-Talon, a été produit par Francine Allaire et Sylvia Wilson des Productions Galafilm en coproduction avec Monique Létourneau de l'ONF. Par ailleurs, non seulement la série documentaire, mais le site Web de Mission Arctique, ont reçu des récompenses cette année, notamment au gala des Gémeaux. Ainsi, cette coproduction a récolté le prix pour le meilleur site Internet, le prix pour le meilleur montage et le prix pour le meilleur son

Du côté du Canada anglais, l'ONF a récolté sept Gemini. Le film *Cosmic Current* d'Anand Ramayya a pour sa part remporté le prestigieux prix Canada, lequel honore l'excellence d'une émission de télévision grand public reflétant le mieux la diversité ethnoculturelle du Canada. *Cosmic Current* suit le pèlerinage spirituel en Inde qu'entreprend Ramayya après avoir été confronté à la grave maladie qui affecte l'un des membres de sa famille. Il s'agit du troisième prix Canada pour l'ONF. *Men of the Deeps*, de John Walker, portrait émouvant d'un groupe de mineurs réunis par leur amour du chant, a récolté trois prix : meilleure direction photo pour une émission ou série documentaire, meilleur son pour une émission ou série d'humour sur les arts d'interprétation ou de variétés et meilleure émission ou série sur les arts d'interprétation ou meilleur documentaire ou série de variétés. *Men of the Deeps* capte la grâce et la dignité d'hommes qui, malgré la perte de leur gagne-pain, ont trouvé dans leurs voix le moyen d'inspirer et d'améliorer la vie des autres, tout en contribuant au maintien d'une histoire orale vieille de plus de 270 ans. La série *Mission Arctique* a récolté deux prix, dont celui de la meilleure réalisation pour une série documentaire remis à Caroline Underwood pour son film *Les seigneurs de l'Arctique*. Dans cet épisode, la spécialiste des sujets animaliers, Caroline Underwood, met en évidence la faune du Nord et le fait que la vie des animaux est étroitement et tragiquement liée aux perturbations climatiques. L'épisode intitulé *La grande traversée*, quant à lui, a valu à Hubert Macé de Gastines et Marie-Claude Gagné le Gemini du meilleur son pour une émission ou série documentaire ou d'information. La série *Mission Arctique* est une coproduction de Glacialis Productions, de l'Office national du film du Canada et de Gedeon Programmes. Le cinéaste maintes fois honoré Peter Raymont a reçu le Gemini de la meilleure réalisation dans la catégorie émission documentaire pour *The World Stopped Watching*. Le film suit Peter Raymont et Harold Crooks lorsqu'ils retournent au Nicaragua, en 2002, afin de savoir ce qu'il est advenu de cette nation pendant que l'attention du reste du monde était retenue ailleurs.

Rappelons également que notre site Web Engrenage, par lequel nous diffusons les œuvres de jeunes auteurs, a obtenu le prix Boomerang 2004 de la meilleure réalisation interactive et multimédia du Québec.

À tous ces prix, s'ajoutent de nombreuses nominations, particulièrement celle de la coproduction *Hardwood*, première œuvre du réalisateur Hubert Davis. Sélectionné pour un Oscar, ce film raconte l'influence de son père Mel Davis, des Harlem Globetroters sur sa propre vie. Mentionnons aussi *Accordéon*, de Michèle Cournoyer, le seul film canadien en compétition officielle au Festival de Cannes en 2004. En bref, l'année 2004-2005 s'est avérée exceptionnelle alors que quatre films de l'ONF ont représenté le Canada à Cannes et deux aux Oscars.

Toutes ces nominations témoignent certainement de la qualité des productions de l'ONF et de la reconnaissance que l'institution suscite auprès de ses partenaires de l'industrie de la télévision et du cinéma, au Canada et ailleurs dans le monde.

Cet indicateur de performance démontre hors de tout doute l'excellence et le succès critique des activités de l'ONF pour obtenir la reconnaissance de ses activités par l'entremise de prix et récompenses remises au cours de festivals ou de galas. Nous sommes très satisfaits des résultats obtenus en 2004-2005 et particulièrement de l'Oscar® remis à la coproduction *Ryan*. Nous croyons fermement que ces activités se sont inscrites dans nos plans et priorités afin d'atteindre notre résultat stratégique contenu dans l'Architecture d'activités de programme.

2. **Consolider la capacité de l'ONF à repérer et encourager les talents les plus prometteurs et travailler avec eux, assurant ainsi la promotion des cinéastes de la relève et des talents issus des milieux autochtones et culturels divers.**

L'indicateur

- **Diversité à l'écran et en coulisses**

Il est extrêmement important pour l'ONF d'offrir aux Canadiens et aux Canadiennes une production qui reflète la diversité culturelle du pays, à la fois sur l'écran et derrière la caméra.

Issu d'une famille indo-canadienne, le documentariste Anand Ramayya propose dans son film *Cosmic Current*, une réflexion sur l'ethnicité, l'identité personnelle et la famille.

Par ailleurs, un certain nombre de films produits en 2004-2005 mettent l'accent sur la diversité culturelle ou ont été réalisés par des cinéastes d'origines culturelles diverses. En voici quelques exemples:

- *Mr. Mergler's Gift*, réalisé par Beverly Shaffer, est une ode magnifique au pouvoir de la musique qui transcende les générations et les origines ethniques.
- *Mon fils sera arménien*, de Hagop Goudsouzian, retrace le voyage initiatique de six Canadiens d'origine arménienne qui retournent au pays de leurs ancêtres.
- *Two Worlds Colliding*, le premier film de Tasha Hubbard relate la tragique histoire des Autochtones abandonnés en plein hiver par des policiers dans un champ désert en banlieue de Saskatoon, les résultats de l'enquête menée par la GRC et les tensions profondes qui marquent les relations entre les deux communautés.
- *El Contrato*, de Min Sook Lee, suit le périple annuel d'un père de famille mexicain vers l'Ontario dans l'espoir de gagner un peu d'argent pour subvenir aux besoins de sa famille. Le documentaire examine les conditions de travail de ces travailleurs migrants qui occupent des emplois difficiles et mal rémunérés que les habitants de la région refusent.
- *Inuuvunga-I am Inuk. I am Alive*. Ce documentaire est l'aboutissement d'une démarche entreprise à l'ONF pour enseigner la réalisation cinématographique à huit jeunes Inuits du Nunavik, sous la direction des cinéastes indépendants primés, Daniel Cross et Mila Aung-Thwin.

Par ailleurs, il importe de mentionner le projet Wapikoni mobile. Issu de la collaboration de plusieurs intervenants fédéraux, provinciaux et autochtones, ce projet de studio de production, de formation et de création motorisé a permis aux jeunes de six communautés amérindiennes du Québec de suivre une formation cinématographique sur le terrain. Le fruit de leurs efforts a produit plusieurs courts métrages. Une fois complétées, leurs œuvres sont mises en ligne afin de susciter le dialogue et les échanges entre internautes. De plus, à peine éclose, l'aventure accouchait d'un pendant urbain, Vidéo Paradiso, qui lui, a ouvert les portes de la création à des jeunes de la rue, à Montréal et à Québec.

Pour l'ONF, l'une des façons de mesurer la pertinence de son contenu audiovisuel est d'examiner la diversité des cinéastes. En 2004-2005, 8 % des productions du Programme français de l'ONF et 17 % de celles du Programme anglais ont été réalisées par des cinéastes issus des milieux minoritaires autochtones, ethniques et culturels.

L'initiative DÉCLIC et le programme PICLO ont eu des retombées importantes sur les compétences des différentes communautés culturelles et des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

D'une durée de trois ans, l'entente PICLO de l'ONF vise à susciter des occasions de production et de distribution à des membres de minorités linguistiques en leur offrant formation et perfectionnement, en améliorant l'accès aux films canadiens et en assurant la promotion de ces films, notamment :

- *Des maux à l'action*, de Carl Thériault. Ce documentaire porte sur la rage d'un activiste, Gaétan Héroux, qui se bat contre les injustices sociales et économiques subies par les résidents les plus démunis de Toronto. Puisque les mots ne suffisent plus, il décide de passer à l'action, et pour faire bouger les choses, il adopte de nouvelles tactiques, celles utilisées par la Coalition antipauvreté de l'Ontario (OCAP). Ce court métrage a été sélectionné par le festival Doxa en mai 2005.

- *Une école sans frontières*, de la réalisatrice Nadine Valcin, qui, caméra à l'épaule, explore la réalité et les histoires touchantes de sept jeunes immigrants francophones, qui fréquentent une école secondaire de langue française à Toronto. Malgré des ressources souvent inadéquates, les enseignants et l'ensemble du personnel de cette école travaillent corps et âme pour accueillir et intégrer de jeunes immigrants.

De plus, par l'entremise de notre entente, nous avons financé un ensemble d'ateliers de formation et de manifestations culturelles au Canada. En voici un échantillon :

- FormAction Winnipeg 2004-2005;
- FormAction Vancouver 2004-2005 ;
- FormAction Bravo-Sud 2004-2005 ;
- Festival des vidéastes du Manitoba (FVM), 2004-2005 ;
- Développement des producteurs, 2004-2005;
- Doc Shop 2004-2005.

Enfin, en continuité avec le travail réalisé l'an dernier, l'initiative *Déclic/Sparks*, résultat d'un partenariat avec le ministère du Patrimoine canadien, qui implique Téléfilm Canada, l'ONF et le

Conseil des Arts du Canada, a permis cette année encore à plusieurs dizaines de jeunes artistes et artisans du cinéma, dont plusieurs issus de groupes minoritaires, de développer leurs projets cinématographiques ou de travailler en assistanat dans divers domaines (prise de son, montage image, production nouveaux médias, etc.).

Une forte proportion des cinéastes indépendants qui ont bénéficié du soutien des programmes Aide au cinéma indépendant – Canada (ACIC) et Filmmaker Assistance Program (FAP), gérés respectivement par le Programme français et le Programme anglais, étaient des cinéastes de la relève. Au total, l'ACIC a appuyé 96 projets et le FAP, 195. Le succès d'œuvres telles que *Soupirs d'âme*, de Helen Doyle, qui a reçu le Prix du meilleur essai de la Fondation Émile-Nelligan lors de sa sortie au Festival International du Film sur l'Art en mars, constitue un témoignage éloquent de la pertinence de ces programmes sans lesquels des œuvres novatrices et stimulantes, par leur propos autant que leur forme, n'auraient pu voir le jour.

Hothouse et Momentum sont d'autres programmes incubateurs de talents qui continuent d'aider les cinéastes de la relève à produire de courts métrages documentaires de qualité à petit budget (dans le cas de Momentum) ou d'offrir aux jeunes cinéastes d'animation une formation intensive qui les familiarise avec les tenants et aboutissants propres à la réalisation d'un film d'animation, depuis la création jusqu'au mixage définitif et à la mastérisation vidéo (dans le cas de Hothouse).

En 2004-2005, le programme Momentum, qui en était à sa deuxième année d'existence, a élargi sa portée, accueillant pour la première fois à Toronto, outre 103 participants de langue anglaise, 23 participants de langue française. Début janvier, tous ont suivi une semaine intensive d'ateliers de formation au terme de laquelle ils étaient invités à soumettre une proposition de court métrage sur le thème « Démocratie et engagement citoyen ». Les films des quatre finalistes dont les propositions avaient été retenues, *Citizen Z* de Cavan Young, *Good Forum* de Peter Janes, *Life lessons at the Lula Lounge* de Kyle Stone et *Soldiers for the Street* de Ngardy Conteh ont été présentés en première dans le cadre du Symposium Lafontaine-Baldwin qui avait lieu en mars, à Toronto. De plus, Momentum 2005 a permis la production et la diffusion de quatre documentaires *Smudge* de Gail Maurice, *Selwyn* de Bryan Friedman, *Sanctuary* de Jamie Escallon–Buraglia et *Glove Story* de Sarah Lazarovic.

Reel Diversity s'inscrit dans l'engagement global du producteur public canadien d'œuvres audiovisuelles de refléter plus fidèlement la diversité de notre pays à l'écran et derrière celui-ci. C'est la quatrième année que le concours Reel Diversity est ouvert à l'échelle nationale. À ce jour, Reel Diversity a permis de programmer vingt films, dont *Cosmic Current*, et *Film Club*, de l'artiste torontois Cyrus Sundar Singh, tous deux lauréats du prestigieux prix Canada décerné par l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision Cette année, *In the Shadow of Gold Mountain*, de Karen Cho, lauréate du concours Reel Diversity, revient sur les injustices dont ont été victimes les membres de la communauté chinoise assujettis au droit d'entrée imposé aux immigrants chinois et à la Loi de l'immigration chinoise (Chinese Head Tax and Exclusion Act) entre 1885 et 1947.

Afin d'assurer la diversité canadienne devant et derrière la caméra, les activités de l'ONF ont permis d'atteindre les résultats prévus dans notre Architecture d'activités de programme. Nous sommes très satisfaits du travail accompli par l'Office national du film du Canada et ses nombreux collaborateurs et nous croyons avoir significativement contribué aux plans et priorités

de l'institution. Nous sommes reconnus ici et ailleurs comme étant un véhicule essentiel de la diversité des communautés culturelles canadiennes.

3. Favoriser les partenariats par les coproductions

L'indicateur

- Progression du nombre de coproductions

L'ONF produit régulièrement avec des partenaires d'ici et d'ailleurs afin de profiter de la créativité et du savoir-faire canadiens et internationaux. Ces partenariats nous permettent également d'augmenter nos occasions d'affaires pour le bénéfice mutuel à la fois de l'ONF et de ses collaborateurs. D'ailleurs, l'activité de programme 2 Distribution, aborde de façon plus détaillée ces bénéfices.

4. Renforcer l'innovation sur les plans du contenu, de la forme et de la technologie

L'indicateur

- Nombre d'applications innovatrices

L'ONF maintient le cap sur la créativité, l'innovation et l'expérimentation des formes et des contenus. Pour mieux y parvenir, il fait de la recherche et du développement une priorité. L'année 2004-2005 a été marquée par la consolidation et l'avancement du recours à la technologie numérique. L'arrivée sur le marché de caméras haute définition (HD) abordables et la multiplication des possibilités de télédiffusion en HD engendrent une demande croissante pour du contenu HD, qui ne peut aller qu'en s'amplifiant. Trois films HD produits ou coproduits par l'ONF ont été terminés cette année, soit *Le prix de la paix*, de Paul Cowan, *War Hospital*, de Damien Lewis et David Christensen et *Mission baleines – Les gardiens de la mémoire*, la nouvelle expédition du voilier *Sedna IV*, dirigée par Jean Lemire.

En plus de ses nombreuses récompenses critiques, *Ryan*, le film de Chris Landreth, combine diverses techniques d'animation nouvelles et traditionnelles. Certaines ont d'ailleurs été développées avec le concours du Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) et de l'Université de Toronto. Cette œuvre exceptionnelle lui a d'ailleurs valu le prix du jury au dernier festival d'animation par ordinateur de SIGGRAPH. Cette association est la plus importante organisation professionnelle de spécialistes de l'infographie du monde entier. Chaque année, elle organise une conférence considérée comme le lieu d'échanges par excellence en matière d'imagerie numérique et de techniques de communications interactives. Le Festival des films d'animation tenu dans le cadre de cette conférence est un événement reconnu à l'échelle mondiale, qui stimule et inspire autant les artistes que les technologues.

L'Office national du film du Canada s'est également consacré aux projets de mentorat et aux ateliers de maître, qui servent de nombreuses façons à promouvoir l'art cinématographique et le transfert des connaissances et des compétences. Tandis que ces activités renforcent l'innovation,

elles permettent aussi d'atteindre les objectifs consistant à appuyer les cinéastes canadiens et à faire de l'ONF la référence en matière de documentaires et de films d'animation.

Il est particulièrement difficile de mesurer adéquatement l'innovation. L'accroissement de la connaissance se fait de manière générale sur de longue période. Souvent, les petites améliorations à de vieilles techniques ou des manières de faire traditionnelles constituent autant d'éléments qui alimentent l'innovation. Néanmoins, l'ONF, par ses activités, contribue au développement technologique du cinéma et de la télévision. Il s'assure également que cette connaissance profite à l'industrie cinématographique canadienne et d'ailleurs.

Il n'en demeure pas moins que malgré nos efforts, nous ne réussissons pas toujours à aller aussi loin que nous le voudrions : c'est notamment le cas dans le domaine des innovations technologiques. Certes, nous avons pu commencer à mettre en place un réseau de cinéma électronique (e-cinéma), qui permettra au Canada de faire ses premiers pas sur une voie déjà tracée par des pays comme la Grande-Bretagne, la Chine ou le Brésil. Malheureusement, l'implantation de ces salles numériques dotées d'un équipement de projection pour la diffusion de films à des coûts abordables, progresse moins rapidement que nous le souhaiterions. Pourtant, à l'heure où la distribution est plus que jamais dominée par les grandes compagnies américaines, notre affirmation culturelle exige que nous prenions en mains ce réseau de distribution.

5. Maintenir le développement de coproductions internationales

L'indicateur

- Progression du nombre de coproductions internationales

Au Festival de télévision de Banff, en juin 2004, l'ONF et le diffuseur nippon NHK ont annoncé la mise en chantier de la coproduction *Pole to Pole*. Recourant à la technologie de pointe, les deux institutions font équipe pour examiner les répercussions des changements climatiques sur les deux pôles et conscientiser la population mondiale au regard du réchauffement de la planète et à son incidence sur notre avenir. Cette coproduction internationale combine du matériel de NHK sur l'Antarctique et du métrage des films de la série à succès de l'ONF tournée en HD, *Mission Arctique*.

La coproduction franco-canadienne *Le dernier trappeur* a connu un succès exceptionnel en France. Les chiffres les plus récents dénombrent plus de 2 200 000 entrées en salle. Un sondage effectué à la sortie des cinémas par le magazine français *Écran Total* rapporte d'ailleurs un taux de satisfaction de 95 % de la part du public. Tourné au Yukon dans des conditions extrêmes, le documentaire-fiction suit le quotidien de l'un des derniers trappeurs traditionnels, vivant déconnecté des besoins créés par la société moderne. Aux côtés de son épouse, Nebaska, une Amérindienne nahanni, le trappeur Norman Winter nous fait découvrir un art de vivre menacé de disparition, au milieu du paysage grandiose des montagnes Rocheuses. Le film incite également à une réflexion sur l'avenir de la planète, menacée par le réchauffement climatique et la déforestation.

Le prix de la paix est un long métrage documentaire qui jette un regard privilégié sur la façon dont les décisions politiques, militaires et financières affectent l'avenir d'un État non viable, en

l'occurrence, la République démocratique du Congo (RDC). Profitant d'un accès sans précédent au Département des opérations de maintien de la paix des Nations Unies, le film alterne entre New York et la RDC pour illustrer à quel point il est complexe d'organiser une mission de sauvetage dans un pays dangereux et dysfonctionnel que la plupart des nations préfèrent éviter.

Résultats de l'activité de programme 1. Production d'œuvres audiovisuelles

Par ses productions et ses collaborations avec les producteurs du secteur privé d'ici et d'ailleurs, l'ONF a su atteindre ses objectifs de manière satisfaisante. La production de l'Office national du film du Canada est diversifiée tant sur le plan des sujets traités que des formes utilisées. Bien sûr, nous souhaiterions rejoindre encore davantage les Canadiens et les Canadiennes par l'entremise de la télévision; elle demeure un puissant médium de communication. Malheureusement, nous sommes tributaires des télédiffuseurs. Il nous apparaît de plus en plus important que l'ONF dispose de sa propre source de télédiffusion.

Par ailleurs, nous sommes extrêmement fiers des nombreux prix remportés par les productions et coproductions de l'ONF. Ils témoignent non seulement du succès critique de nos productions, mais également de leur qualité. Nous sommes reconnus au Canada et par les principaux festivals et marchés d'ailleurs. Nous contribuons sans l'ombre d'un doute au rayonnement du Canada dans le monde.

La qualité et l'originalité de nos productions sont le fruit d'une préoccupation constante vis-à-vis de l'innovation. La technologie utilisée pour réaliser la coproduction *Ryan* en est un bel exemple.

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Impressionnante par sa taille et sa diversité, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution comprennent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe; de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme 2**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles accessibles disponibles, et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers.	1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. 2. Établir des mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente.	L'activité de distribution de l'ONF s'entend de la commercialisation de ses catalogues audiovisuels et de sa collection de plans d'archives; du développement et de la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits, au Canada comme à l'extérieur; de la création de compilations pour des marchés spécifiques; de l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions ou des ententes de partenariat.	1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.

Ressources financières (en milliers)

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
491 $	491 $	1 913 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues);

Activité de Programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Impressionnante par sa taille et sa diversité, la collection de films de l'ONF est distribuée à travers tous les réseaux de distribution jugés appropriés afin de rejoindre ses différentes clientèles d'ici et d'ailleurs. Les activités de distribution comprennent notamment la vente directe de sa collection par l'entremise d'agents de vente au Canada, aux États-Unis et en Europe; de boutiques Internet et d'un centre d'appels. Elles comprennent également l'acquisition de productions complémentaires. Par ailleurs, l'Office national du film du Canada vend à ses partenaires de l'industrie du cinéma et de la télévision des plans d'archives et des extraits de films. Par ses activités de distribution l'ONF développe des rapports de coopération stratégique.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme 2**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles accessibles, disponibles, et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers.	1. Rendre l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. 2. Utiliser des mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente.	L'activité de distribution de l'ONF s'entend de la commercialisation de ses catalogues audiovisuels et de sa collection de plans d'archives, du développement et de la diversification des marchés sur lesquels il distribue ses produits au Canada comme à l'extérieur, de la création de compilations pour des marchés spécifiques, de l'augmentation de son fonds d'œuvres audiovisuelles par des acquisitions ou des ententes de partenariat.	1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes. 2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public.

Ressources financières (en milliers)

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
491 $	491 $	1 913 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues);

- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations);

- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles). L'écart des dépenses réelles par rapport au total des autorisations est attribuable à un changement dans les sources de revenus. Les prévisions de revenus (réduisant les dépenses) avaient été établies à 7 519 000 $, alors que les résultats ont atteint 5 260 000 $. Le changement s'est opéré en faveur des préventes aux télédiffuseurs (revenus de production p.22) au lieu de ventes de produits finis.

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
46	46	46

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- marchés diversifiés et revenus importants;
- commerce électronique dans les boutiques en ligne;
- ventes nombreuses représentant des sommes importantes auprès des diffuseurs;
- forte présence des productions de l'ONF dans les divers réseaux de distribution.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme :

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :
- développement et diversification des marchés (marchés canadiens et étrangers);
- suivi des revenus et des ventes.

Les priorités

1. Accroître les revenus tirés de la collection de l'ONF et optimiser les ventes et les préventes.

Indicateurs :

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers);
- Suivi des revenus et des ventes.

Par ses activités de distribution au Canada et ailleurs dans le monde, l'ONF contribue à sa propre notoriété en plus de tirer d'importantes recettes. L'Office national du film du Canada profite pleinement de ses réseaux nationaux et internationaux de distribution pour faire en sorte que ses productions, ses coproductions et ses acquisitions soient vues par le maximum de gens et atteignent ainsi nos différentes clientèles. En 2004-2005, la distribution des produits de l'ONF a généré un chiffre d'affaires totalisant 6,945 millions de dollars. Cela représente une légère

augmentation sur l'année précédente, où les ventes brutes avaient atteint 6,842 millions. Les revenus conservés par l'ONF se sont élevés, quant à eux, à 5,260 millions de dollars.

En particulier, les ventes dans le marché institutionnel canadien ont enregistré une hausse de 12 pour cent, pour un total de 1 495 M$, tandis que les ventes consommateur ont connu une augmentation de 15 pour cent, dans un contexte d'augmentation de la clientèle de 17 pour cent. À l'étranger, les ventes aux Etats-Unis ont été exceptionnelles, tant sur le marché institutionnel que sur le marché consommateur. Deux années d'efforts de pénétration du marché Asie-Pacifique, extrêmement compétitif ont également porté fruits : les ventes y ont augmenté de 46 pour cent par rapport à l'année précédente. Nous sommes également très heureux des résultats de nos préventes[5]. Des productions telles que *Breaking In*, *Diameter of the Bomb* et *ScaredSacred* ont contribué à notre succès.

Toutefois, dans certains marchés et territoires, les ventes ont diminué, notamment dans le marché télévision au Canada anglais. L'augmentation des préventes pour les coproductions produites par l'ONF et ses partenaires canadiens rend difficiles les ventes futures de ces mêmes titres au Canada, les droits n'étant plus disponibles. On note également une diminution des ventes en Europe en raison de l'absence prolongée de personnel clé.

Afin d'augmenter ses ventes, l'ONF a également élaboré une nouvelle entente de partenariat avec Gaumont Pathé Archives. L'accord donne aux deux organismes de renommée internationale les droits de représentation croisée de leurs collections d'archives respectives. L'ONF est le distributeur exclusif au Canada des archives formant les prestigieuses collections Actualités Gaumont et Pathé Journal, produites entre 1896 et 1980. Parallèlement, Gaumont Pathé Archives exploitera les fonds historiques et contemporains de l'ONF en France, en Belgique, en Suisse, en Italie et en Espagne.

2. Offrir les compétences spécialisées et les réseaux de distribution de l'ONF aux secteurs privé et public

L'indicateur :

- Développement et diversification des marchés (canadiens et étrangers)

Depuis deux ans déjà, l'ONF a mis en place diverses politiques pour pouvoir offrir ses compétences de distribution et de mise en marché aux secteurs public et privé d'ici et d'ailleurs. À ce chapitre, il importe de noter les efforts de l'Office national du film du Canada afin de compléter sa collection de films par des productions de nature plus commerciale. Au cours de l'année, l'ONF a également acquis 29 productions d'autres producteurs pour en faire la distribution. Au total, les acquisitions et les commissions ont permis de générer des ventes brutes de 632 000 $ en 2004-2005. De plus, l'ONF a agi comme agent de ventes sur environ 200 titres.

Cette contribution importante de l'ONF à l'industrie s'accompagne toutefois d'une baisse des revenus nets de distribution en 2004-2005. Avec l'augmentation anticipée de notre chiffre d'affaires au cours des prochaines années, l'ONF profitera de revenus nets plus élevés.

---

[5] Par prévente, nous entendons la vente de droits pour une production qui n'est pas encore terminée.

Somme toute, grâce aux acquisitions et ententes de coproduction, la Direction de la distribution de l'ONF a remis plus de 725 000 $ à ses partenaires du secteur privé de coproduction en 2004-2005.

Résultats de l'activité de programme 2. Distribution d'œuvres audiovisuelles

En 2004-2005, l'ONF a atteint, en partie, les résultats souhaités pour l'activité de programme 2. Nous avons diversifié nos sources de revenus et nous avons également augmenté notre chiffre d'affaires, notamment par l'entremise de nos boutiques Internet. Nos ventes dans le marché télévisuel se sont stabilisées après une croissance importante en 2003-2004, surtout aux États-Unis. Notre politique d'acquisition nous a permis d'augmenter notre présence dans les différents réseaux de distribution canadiens et mondiaux. Bien que nos ventes aient augmenté, nos revenus ont diminué légèrement. La transition vers un catalogue de titres diversifiés nécessitera certains ajustements de la part de notre personnel de vente. Il n'en demeure pas moins que nous faisons profiter l'industrie du cinéma et de la télévision d'ici et d'ailleurs de notre expertise dans ce domaine. Nous continuerons à le faire et à améliorer nos résultats.

Activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux (correspond au résultat stratégique 2 du RPP 2004-2005)

Les activités d'accès et de rayonnement rendent disponibles aux Canadiens et Canadiennes des ressources médiatiques pertinentes favorisant leur engagement citoyen et leur apprentissage continu. Par ailleurs, certaines activités d'accès et de rayonnement consistent à assurer en permanence l'accès à la collection de l'ONF et à la rendre plus disponible aux générations futures. De même, l'Office national du film du Canada prend les mesures nécessaires afin de préserver sa collection et la rendre accessible à tous. Cet accès se fait par l'entremise de son site Internet, de ses centres de consultation de Montréal et de Toronto, par ses ententes avec des bibliothèques partenaires, par son programme d'adhésion, par sa cinémathèque en ligne et enfin, par des visionnages sur le territoire canadien. L'ONF favorise ainsi l'accès au savoir et les compétences médiatiques pertinentes pour les Canadiens et Canadiennes. Ces activités servent à créer et maintenir des relations permanentes et profondes dans les collectivités canadiennes.

Ces relations visent également le milieu de l'éducation. L'ONF investit temps et efforts dans l'accès aux ressources pédagogiques sous forme d'ateliers de formation ou d'outils éducatifs. Fort d'une expertise recherchée, l'Office national du film du Canada présente des classes de maître sur le documentaire et l'animation aux professionnels du cinéma, aux étudiants universitaires ou bien aux membres du public intéressés.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme 3**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles accessibles et une image de marque reconnue par les publics canadiens et étrangers.	1. Renforcer l'ONF pour qu'il se rapproche des Canadiens et Canadiennes. 2. Établir des mécanismes favorisant l'accès aux productions de l'ONF, le dialogue à leur sujet et des relations plus étroites avec le public. 3. Veiller à assurer l'accessibilité de la collection de l'ONF et la préserver pour les générations futures. 4. Accroître les recettes tirées de l'exploitation de la collection de l'ONF et optimiser les occasions de vente.	Offrir des ressources médiatiques pertinentes qui permettent l'engagement citoyen de la population canadienne et qui favorise l'apprentissage continu; offrir aux Canadiens une meilleure compréhension de leur pays et de sa place dans le monde; donner à l'ONF et à ses productions une visibilité de qualité sur les principaux médias et auprès des membres de l'industrie du cinéma et de la télévision lors d'événements ou de festivals ciblés.	1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc. 2. Rejoindre davantage les communautés de tout le Canada. 3. Améliorer encore davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits). 4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage. 5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
11 404 $	12 353 $	12 325 $

Cette activité de programme a généré de revenus de 321 000 $

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
111	111	111

Les résultats prévus pour cette activité de programme :

- croissance de l'accès à la collection favorisant, de ce fait, l'appropriation par la population canadienne de l'ONF, sa collection, sa médiathèque, sa CinéRobothèque et ses autres ressources;
- solide programme de participatio n citoyenne par des projections publiques, des ateliers de maître ou autres, etc.;
- présence de qualité de l'ONF et de ses productions à la télévision, dans les festivals, dans les écoles, à l'occasion des activités de l'industrie et auprès du gouvernement fédéral;
- meilleure connaissance de la marque de l'ONF dans les télédiffusions et reconnaissance du rôle de l'ONF par les coproducteurs;
- image de marque réputée et prisée;
- numérisation accrue de la collection de l'ONF;
- forte présence des productio ns de l'ONF dans les divers réseaux de distribution;
- excellente couverture de presse et visibilité accrue de l'ONF dans les médias.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

Pour évaluer cette activité de programme l'ONF utilisera les indicateurs suivants :

- accès au fonds audiovisuel de l'ONF (prêts de films par des bibliothèques partenaires et utilisation de la collection);
- répercussions sociales;
- programme d'adhésion;
- assistance aux projections de films et aux rétrospectives de l'ONF.

Les priorités

1. Favoriser et accroître l'accès équitable à la collection de l'ONF – par des projections, des rétrospectives, etc.

Il importe grandement à l'ONF de rendre sa collection la plus accessible possible à la population canadienne et aux générations futures. Pour y parvenir, l'Office national du film du Canada s'est doté d'outils variés : des nouvelles technologies, partenariats, comme les cinémathèques en ligne, centres d'apprentissage en ligne pour les écoles et les centres de consultation numérique.

CinéRoute, la cinémathèque en ligne de l'ONF, est accessible gratuitement dans le cadre d'un projet pilote à tous les membres du Cinéclub qui ont une connexion haute vitesse et qui demandent un abonnement. CinéRoute a connu sa première année de fonctionnement - 200 titres documentaires, films d'animation et fictions (100 en anglais et 100 en français), se sont ajoutés aux 250 titres offerts depuis avril 2005. Au total, 8 852 membres du Cinéclub ont visité le site et ont utilisé CinéRoute pour visionner en transit, en format MPEG-4, un total de 17 908 visionnages de productions, dont des classiques tels *Voisins/Neighbours* de Norman McLaren ou *Mon oncle Antoine* de Claude Jutra, mais aussi des nouveautés comme *Ryan*, de Chris Landreth, films auxquels, très souvent, ils n'auraient pas eu accès autrement.

En 2004-2005, l'ONF a continué de mettre l'accent sur l'accès à sa collection. C'est dans ce contexte que l'ONF avec DigiScreen, une compagnie de Daniel Langlois, Téléfilm Canada et la SODEC (la Société de développement des entreprises culturelles du gouvernement du Québec) joignent leurs forces afin de créer un réseau indépendant de cinéma numérique. Ce réseau est fondé sur la corrélation entre les nouvelles technologies de projection numérique, la disponibilité de contenus numérisés en réseau, la multiplication des lieux de participation et le potentiel de spectateurs. Le rôle premier de l'ONF sera d'offrir sur le réseau son catalogue de films de fiction classiques ainsi que les documentaires et les films d'animation primés. Grâce à la technologie numérique, ces derniers seront accessibles à toutes les communautés du Canada qui se doteront des installations appropriées. Son deuxième rôle sera d'agir en tant que partenaire expert dans le transfert de film au numérique.

2. Rejoindre davantage les communautés partout au Canada

L'ONF a entrepris des activités de développement des réseaux dans un certain nombre de communautés au Canada. Le 14 novembre, la visite à ONF Montréal de sa millionième visiteuse, Ève MacGregor, 11 ans, a marqué d'une pierre blanche l'histoire pourtant animée de la CinéRobothèque. En 11 ans, ce sont plus de 500 000 films de l'Office national du film du Canada qui ont été consultés aux postes de visionnage. Cette année, la Ciné Robothèque a entrepris sa migration vers le numérique, un pas important qui a notamment permis d'ajouter 1 200 titres numérisés au 7 800 titres en format analogique déjà disponibles sur place. De nouveaux ateliers ont aussi été développés à l'intention de différents groupes cibles, qui permettent un retour d'appoint sur la collection : Apprentissage d'une langue seconde (niveaux débutant, intermédiaire et avancé), Cartes postales de Montréal (Canada) et le Une minute de science, svp! : 15 000 personnes ont participé à l'ensemble de ces activités, soit une augmentation importante de 15 % par rapport à l'an dernier.

Dans le contexte d'une capillarisation croissante des réseaux de l'Office national du film du Canada, le Centre ONF Montréal et la Médiathèque ONF de Toronto sont devenus les points d'ancrage physiques d'un nombre important de ces relations. Au total, 104 252 visiteurs ont franchi les portes du Centre et presque autant, 101 396 personnes, ont ouvert celles de la Médiathèque, qui n'en était pourtant qu'à sa deuxième année complète d'activités.

L'ONF a établi des partenariats avec 50 bibliothèques publiques et universitaires un peu partout au Canada, par lesquels celles-ci peuvent acheter nos films à des conditions avantageuses et reçoivent gratuitement une copie de nos nouveautés; en échange, elles conservent un inventaire important de nos films dans les deux langues officielles, qu'elles prêtent ou louent à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005
217 964	222 827	207 246	197 248

Les responsables du rayonnement ont également organisé davantage de projections publiques de films de l'ONF aux quatre coins du pays. En 2004-2005, l'ONF a tenu 1 041 projections publiques, auxquelles ont assisté 55 116 personnes, une augmentation des projections de plus de 100 % mais une diminution de 27 % de l'auditoire par rapport au dernier exercice. Mentionnons également qu'en plus de ces projections communautaires, l'ONF a offert des visionnages dans les écoles canadiennes. Au total, nous avons présenté 594 projections scolaires à plus de 43 000 élèves.

Au 31 mars 2005, le Cinéclub ONF comptait 23 890 membres particulièrement actifs, avec lesquels l'Office national du film du Canada communique sur une base régulière : fait intéressant à noter, alors que le nombre de messages qui leur étaient envoyés restait stable, les commentaires reçus, dans leur très grande majorité favorables, ont presque quintuplé. L'évaluation de la version papier du bulletin *Focus*, diffusé à 7 000 exemplaires, a notamment révélé que la moitié des répondants l'affichaient (réseaux de la santé et de l'éducation), qu'une forte proportion d'entre eux souhaitaient obtenir davantage d'informations sur les films présentés dans leur région et que 77 % d'entre eux voulaient continuer à recevoir la version papier même s'ils le consultaient en ligne à l'occasion. L'évaluation de *Focus* en ligne a été entamée, et sur 1 433 questionnaires remplis renvoyés à l'Office national du film du Canada dans les sept premiers jours suivant son envoi, 1100 ont été reçus dans les 24 heures qui ont suivi l'expédition du courriel.

3. Améliorer davantage la gestion des collections dans le contexte numérique (conservation, évolution numérique, droits)

Cette priorité s'articule autour de la gestion des collections – conservation, indexation, catalogage et restauration. L'ONF a également pour objectif permanent de créer une voûte électronique où ranger sa collection de plus de 10 000 œuvres afin d'accroître les possibilités d'y accéder. Il a la chance de détenir les droits sur la majorité des titres qui y sont inscrits et, depuis

1978, il a entièrement catalogué et indexé sa collection. L'appui financier du Fonds Mémoire canadienne – un programme de financement de Culture canadienne en ligne, qui relève du ministère du Patrimoine canadien – a permis à l'ONF de commencer une telle voûte en créant des projets pour Internet. Il importe de souligner que l'ONF est, à l'échelle internationale, un chef de file du méta-balissage, du traitement et de l'enrichissement des films au cours du transfert et de l'encodage numériques.

Cette année encore, l'ONF a bénéficié d'une contribution de 1,7 million de dollars de Patrimoine canadien par le biais du Fonds Mémoire du programme Culture canadienne en ligne. Ces sommes ont rendu possible l'enrichissement du catalogue de CinéRoute (250 titres), mentionné plus haut. Elles ont aussi servi à la construction du nouveau site Web éducatif Objectif Documentaire/Doc Lens, une ressource éducative bilingue qui propose des projets d'apprentissage audiovisuels aux élèves de la fin du primaire et aux jeunes du secondaire, ainsi qu'à leurs enseignantes et enseignants. Réalisé par 7th Floor Media, un centre de recherche et développement multimédia à but non lucratif de la faculté d'éducation de l'Université Simon Fraser, ce projet a bénéficié de la collaboration de nombreux professeurs, notamment de l'Association québécoise des utilisateurs de l'ordinateur au primaire et au secondaire (AQUOPS), de la Educational Computing Organization of Ontario (ECOO) et du Réseau pour le développement des compétences par l'utilisation des technologies (RÉCIT), par l'entremise des membres de la Commission scolaire de Montréal.

- Proposé au milieu de l'enseignement, Objectif Documentaire veut faire voir comment, au cours des 65 années d'existence de l'Office national du film du Canada, les documentaires de l'ONF ont montré le Canada et le monde.
- *Images d'une guerre oubliée : films sur le rôle du Corps expéditionnaire canadien durant le Grande Guerre*, 60 titres ont été ajoutés aux 20 premiers du site Internet, fruit d'une étroite collaboration entre l'ONF, le Imperial War Museum de Londres, les Archives nationales du Canada et le Musée canadien de la guerre. L'ensemble des titres est regroupé sous trois rubriques : *Lever une armée*, *En temps de guerre*, et *L'après-guerre*. De nombreux éléments contextuels (lettres, cartes, liens Internet) ont aussi été indexés afin de bonifier le matériel et de faciliter son utilisation. Des ressources éducatives ont également été colligées pour que les enseignants puissent se servir immédiatement du contenu du site dans leur classe.

4. Intensifier la présence de l'ONF dans les communautés, à la télévision et dans les circuits d'apprentissage

L'ONF persiste à chercher de nouveaux créneaux de télévision afin d'atteindre des auditoires plus nombreux. Il poursuit son partenariat avec le Documentary Channel, qui diffuse environ 50 heures de productions de l'ONF par année, notamment dans deux plages horaires qui lui sont réservées.

L'ONF continuera d'établir des mécanismes favorisant encore davantage l'accès à ses productions et le dialogue à leur sujet de manière à renouer des liens durables avec la population canadienne. Bien que l'ONF soit de plus en plus présent à la télévision grâce à des télédiffusions

quasi quotidiennes, il demeure limité en ce qui a trait à la programmation et aux plages horaires à la télévision publique. L'ONF continue à envisager la nécessité de se doter de sa propre chaîne de télévision, laquelle permettrait aux citoyens canadiens de visionner ses productions.

En outre, nos activités nous ont permis de nouer des liens avec des circuits d'apprentissage – tels que les chaînes de télévision éducative, le personnel enseignant, les maisons d'éducation et de recherche, les bibliothèques et autres – par lesquels la population canadienne aura plus facilement accès à la collection de l'ONF. Nous nous sommes consacrés plus particulièrement à établir un réseau de partenaires au sein des écoles et à étoffer le support que nous fournissons en vendant des documents pédagogiques et en organisant des ateliers à l'occasion de nombreux congrès régionaux ou provinciaux du personnel enseignant afin d'encourager l'utilisation de ressources audiovisuelles canadiennes.

Dans ce contexte, le site Internet Objectif Documentaire/Doc Lens documente les 65 années d'existence de l'Office national du film du Canada, pendant lesquelles les films de l'ONF ont montré le Canada et le monde. Pour les enseignants le site offre un outil permettant :

- de dégager des thèmes représentant la société canadienne;
- de montrer comment les cinéastes ont traité ces thèmes;
- d'utiliser des extraits de films comme documents historiques pour montrer certains aspects du Canada à des époques déterminées.

Autre exemple de notre volonté d'accompagner le milieu de l'éducation de manière innovatrice et constructive, l'ONF a contribué à la présentation, lors de la Conférence des enseignants de Calgary, du film *Teaching Peace in a time of War*. Ce titre est le troisième d'une trilogie qui comprend également *Waging Peace* et *Learning Peace*. En collaboration avec Triad Films Productions, l'ONF a conçu la trousse éducative PAIX/*a* SCHOOL (PEACE/*a* SCHOOL) qui fournit au personnel enseignant des solutions pédagogiques intéressantes.

Pour consolider les alliances conclues avec les systèmes scolaires, l'ONF enrichit des documents pédagogiques, organise des ateliers à l'occasion de congrès du personnel enseignant à l'échelle régionale et provinciale, et offre des activités de formation au personnel enseignant dans les universités, en collaboration avec des spécialistes en éducation et des centres d'apprentissage.

De plus, dans le cadre de ses activités d'apprentissage, l'ONF invite les cinéastes de la relève, les professionnels du cinéma et les étudiants universitaires (ainsi que les membres intéressés du public) à des ateliers de maître sur le documentaire et l'animation. En 2003-2004, l'ONF a organisé huit ateliers de maître donnés, à Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal et Chicoutimi, par des cinéastes de renom et le personnel de l'ONF. On comptait parmi les maîtres, Sylvie Groulx, Michel La Veaux, Michael Dowse, Jacques Drouin, Anne Claire Poirier et Francine Desbiens, Don McWilliams, Christine Welsh, Marcel Jean et Nicolas Brault. Ces ateliers visent le partage des compétences techniques et créatrices.

5. Multiplier les occasions de faire rayonner l'image de marque de l'ONF au Canada et à l'étranger

L'ONF a poursuivi la consolidation de sa marque en s'assurant des orientations suivantes :

- Les contrats qu'il signe comportent des clauses permettant que sa part des droits dans des coproductions lui soit plus clairement attribuée. Nous avons revu l'ensemble de nos contrats de coproduction et de distribution, en collaboration avec nos partenaires publics, notamment Téléfilm Canada et la SODEC, afin qu'ils témoignent davantage de nos orientations stratégiques et qu'ils reflètent les pratiques usuelles dans l'industrie.

- Sur les réseaux de télévision canadiens, un plus grand nombre de plages horaires devrait lui être consacré. De manière ponctuelle, l'ONF a collaboré avec des diffuseurs tels APTN ou TV5 en produisant des séries thématiques à partir de sa collection. Notons la série *L'Office national du film : Un survol*, animée par Jacques Bensimon, une chronique actuelle sur les films qui ont marqué des époques, des films-phares qui ont ouvert la voie au Québec moderne. Pensons également à notre collaboration avec The Documentary Channel, avec qui nous avons coproduit une série consacrée aux pionniers de l'ONF.

- On diffuse des bandes annonçant les productions à venir sur notre site Internet. La refonte du site Internet de l'ONF lui a permis de mettre en évidence ses nouvelles productions d'une manière innovatrice et dynamique. Nous avons également développé la technologie appropriée afin d'ajouter à tous les DVD vendus par l'ONF, une bande-annonce présentant les nouvelles productions de l'ONF. L'opérationnalisation de cette technologie reste à faire.

- Le public dispose de plus amples renseignements sur ses nouveaux films. Les nominations aux Oscars® des coproductions *Ryan* et *Hardwood*, ont été l'occasion pour l'ONF de faire connaître ses activités et ses productions aux Canadiens et aux Canadiennes, tout comme l'ont été nos quatre films au Festival du Film de Cannes. En partenariat avec le site Internet du *Globe and Mail*, les internautes d'ici et d'ailleurs ont pu visionner *Ryan* en ligne et voir l'extraordinaire travail de Chris Landreth.

Voilà quelques exemples des moyens que l'ONF a utilisés pour intensifier sa présence dans les réseaux de distribution. Au lieu de promouvoir chaque film, l'organisme maintient sa stratégie de promotion de la marque globale, car il s'agit d'un puissant facteur de reconnaissance auprès des Canadiens et des Canadiennes. Dans ce contexte, l'Office national du film du Canada a revu son image de marque lors de foires commerciales internationales.

L'ONF a établi des partenariats avec des organisateurs de festivals internationaux de manière à consolider son image de marque et son rôle dans le paysage audiovisuel. L'Office national du film du Canada s'est assuré d'accentuer sa participation à SunnySide of the Doc, événement qui se tient annuellement à Marseille. De plus, nous sommes fiers d'annoncer que le Festival de Cannes 2005-2006 créera avec l'ONF un nouveau prix (le prix Norman-McLaren), lequel sera décerné au lauréat ou à la lauréate de la Palme d'or du court métrage.

Résultats de l'activité de programme 3. Accès aux œuvres audiovisuelles et développement des réseaux

En 2004-2005, l'ONF a atteint plusieurs des résultats souhaités pour l'activité de programme 3. Nous avons assuré un accès plus grand à la collection de l'ONF par l'entremise de nos plates-formes traditionnelles, mais aussi en utilisant les vastes possibilités d'Internet, avec, par exemple, notre projet de Cinéclub et de CinéRoute en ligne. Il en a été de même de la participation citoyenne. Nous avons favorisé l'engagement des Canadiens et Canadiennes lors de présentations publiques de nos productions. Nous croyons toutefois qu'il reste encore beaucoup à faire de ce côté. Notre présence dans le milieu de l'éducation est incontestable et contribue à l'apprentissage continu de tous au Canada. Par ailleurs, cette présence s'est faite en collaboration avec de nombreux partenaires publics et privés. Nous devons continuer nos efforts afin que les productions de l'Office national du film du Canada soient facilement reconnues par le public lorsqu'elles sont diffusées ici, mais ailleurs également. Les œuvres de l'ONF bénéficient d'une visibilité et d'une couverture médiatique importante. Pour la prochaine année, il importe de saisir toutes les opportunités de visibilité qui nous seront offertes. La mise en place d'une direction du marketing contribuera à cet objectif.

Nos efforts pour numériser l'ensemble de notre collection nécessitent un travail herculéen. La numérisation de 10 000 titres s'avère un défi de taille que nous avons commencé à relever avec brio. Cette activité a notablement profité de notre collaboration avec le Fonds Mémoire. Il n'en demeure pas moins que beaucoup reste à faire dans ce domaine pour rendre l'ensemble de notre collection accessible en format numérique. Jusqu'à maintenant, nous avons numérisé près de 2000 titres. Malgré la numérisation d'une partie importante de notre collection, le manque de ressources technique et humaines ralentit la vitesse à laquelle nous procédons aux transferts en format numérique de nos titres.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (correspond, en partie, au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, les essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme 4**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles pertinentes, excellentes et innovatrices pour aider la population canadienne à mieux comprendre le Canada et le monde.	1. Rendre la programmation de l'ONF globalement plus pertinente pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui. 2. Placer l'innovation à l'avant-plan. 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones.	L'activité recherche et conseil s'entend de la recherche liée à la réalisation cinématographique et à l'industrie du film ainsi que la conduite de projets techniques et de développement visant à faire progresser l'art et la science du cinéma. L'ONF cherche à créer un milieu propice à l'excellence et à l'innovation, un milieu qui favorise l'incubation et le prototypage.	1. Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire. 2. Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes.

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
2 667 $	3 551 $	3 781 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues).
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations).
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles).

Cette activité de programme a généré des revenus de l'ordre de 189 000 $.

Activité de programme 4. Services de recherche et de conseil (correspond, en partie, au résultat stratégique 1 du RPP 2004-2005)

Dans le cadre de l'activité « recherche », l'ONF entreprend et commande des recherches, conseille le gouvernement, offre des services-conseils, partage les connaissances et le prototypage, les essais bêta d'activités créatrices et de technologies. Ces activités visent à faire progresser la connaissance dans le domaine de l'art et de la science du cinéma.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme 4**	**Priorités**
Des œuvres audiovisuelles originales, excellentes et innovatrices qui reflètent la pluralité canadienne et sont accessibles à tous les Canadiens et le monde	1. Rendre la programmation de l'ONF pertinente et attrayante pour les Canadiens et Canadiennes d'aujourd'hui 2. Placer l'information à la disposition de tous les publics 3. Promouvoir l'expression de la diversité culturelle et des points de vue autochtones	L'activité Recherche et conseil a permis d'obtenir de la recherche sur les réalisations cinématographiques et l'industrie du film, ainsi que de l'aide pour la conduite de projets en matière de développement visant à faire progresser l'art et la science du cinéma. L'ONF a établi de nouveaux milieux propices à l'excellence et à l'innovation, en mettant l'accent sur l'incubation et la prototypie.	1. Mise sur pied de nouveaux projets de recherche et services-conseils, et autres projets par exemple, visites d'installations, représentations, projets de démonstration, ateliers, etc. 2. Diffusion des résultats par publication, présentation et démonstration 3. Création de partenariats avec le gouvernement et d'autres intervenants

Ressources financières en milliers de dollars

Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
2 667 $	3 551 $	3 781 $

Note : Les données financières sommaires ci-dessus comprennent trois montants qui représentent :

- les dépenses nettes prévues de l'exercice (Dépenses prévues);
- les dépenses nettes prévues de l'exercice auxquelles sont ajoutés les crédits supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder à l'ONF en fonction de changements dans les priorités et d'activités imprévues (Total des autorisations);
- le total des dépenses nettes réellement encourues durant l'exercice (Dépenses réelles).

Cette activité de programme a généré des revenus de l'ordre de 149 000 $.

Ressources humaines

Prévues	Autorisations	Réelles
69	69	69

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- travail appréciable de recherche et développement des techniques et de la technologie dans le domaine de l'audiovisuel;
- l'ONF - point de référence en cinématographie.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

1. Développement et mise en œuvre d'un plan de recherche;
2. Diffusion et utilisation des résultats de ses recherches;
3. Types d'efforts déployés en R et D et leurs répercussions;
4. Types de demandes de collaboration avec l'ONF en tant que site-pilote et incubateur de R et D, et importance de ces demandes;
5. Types de collaborations et leurs répercussions (p.ex. : avec les organismes du portefeuille, les partenariats public-privé).

Les priorités

1. **Mener des projets de recherche et participer à d'autres projets, par exemple : cinéma électronique, répercussions sociales du documentaire, examen des politiques régissant le documentaire.**

L'importante et très rapide évolution des technologies, mais aussi la multiplication des partenariats, avec des producteurs et des diffuseurs canadiens et étrangers ont été cette année à l'origine de nombreux défis que le personnel de l'ONF, et tout particulièrement les membres de la Direction innovation et développement technologique, ont relevé avec brio.

Sur le plan technologique, le projet de recherche sur le développement d'un banc de test sur l'indexation et la recherche, basée sur le contenu, de documents audiovisuels utilisant la norme MPEG-7 a été réalisé avec succès en partenariat avec le CRIM (Centre de recherche informatique de Montréal), l'Université McGill avec l'aide financière de Canarie. L'indexation de documents audiovisuels jumelée au potentiel des capacités de recherche intelligente est critique dans la gestion efficace de grandes quantités de documents audiovisuels. Une présentation relatant l'expérimentation et les résultats du projet a été faite à la Conférence internationale Internet Imaging V de la SPIE (The International Society for Optical Engineering) en janvier 2004 à San Jose, Californie, ainsi que la publication d'un article technique intitulé « MPEG-7 audio-visual indexing testbed for video retrieval » également par SPIE.

En partenariat avec Algolith, et dans le cadre du Programme de soutien aux vitrines technologiques du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche du Québec, l'ONF teste et utilise les algorithmes développés par notre partenaire pour optimiser et

redimensionner les images vidéo, préserver la qualité des images ainsi que réduire la bande passante. Ces tests seront effectués sur du matériel vidéo de différentes sources et formats selon des techniques de travail en temps réel mises au point par l'ONF.

Toujours au chapitre de l'innovation, dans le cadre d'un partenariat avec la Chambre des communes de Victoria, le Groupe TVA et le CRIM, l'ONF a également mis sur pied un projet sans précédent au Canada, la Grille de calcul pour sous-titrage codée ou C3 Grid - qui met à profit les capacités inutilisées de plusieurs ordinateurs reliés en réseau, le plus souvent par Internet.

Par ailleurs, la phase I de DVD sur demande, un système automatisé de production et de duplication de films de l'ONF sur DVD, est maintenant en fonction et accessible en ligne. À titre d'exemple, au cours du seul trimestre, de janvier à avril 2005, l'équipe technique a ainsi produit pas moins de 7 500 DVD, dont 80 % visaient à répondre à des demandes unitaires.

L'équipe de l'ONF a également élaboré un système central permettant l'intégration des données liées aux usagers de l'ONF et la mise en place d'une application pour une gestion efficace des relations avec ces derniers. Cela permet entre autres d'améliorer la connaissance du profil des usagers, de mieux cibler les communications avec eux, de centraliser les données, normaliser et améliorer la qualité des informations.

Tout au long de l'année, la direction a également resserré ses liens avec les fournisseurs de services de postproduction, avec le double objectif de créer un climat de collaboration en s'appuyant sur les meilleures pratiques de l'industrie et de faire en sorte que la qualité et les normes élevées sur lesquelles se fonde la réputation de l'ONF ne se trouvent pas diluées.

Lors du Doc Summit 2004-2005 à Toronto, l'ONF, avec Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision, a dévoilé les résultats d'un programme de recherche sur le documentaire entrepris à la suite du premier Sommet documentaire en 2004. En outre, l'ONF a parrainé un projet de recherche sur les répercussions sociales du documentaire. À cette occasion, nous avons rendu public l'analyse des recettes d'une douzaine de documentaires produits ou coproduits par l'ONF en 1999-2000, comparée à celles de films financés par le Fonds canadien de la télévision. L'analyse révèle que ces œuvres ont procuré des revenus équivalents. Toutefois, la totalité des revenus des films financés à même le Fonds de télévision est générée par leur vente à des radiodiffuseurs, alors que dans le cas des documentaires produits ou coproduits par l'Office national du film du Canada, 65 % des revenus proviennent de ventes institutionnelles, d'achats par des communautés ou des individus et enfin par les ventes que nous faisons à l'étranger.

Afin de répondre aux demandes croissantes de matériel en format numérique, l'ONF s'est doté des outils technologiques nécessaires et ententes légales afférentes pour permettre la distribution et la diffusion de nos productions par l'entremise de canaux émergents. Un nombre grandissant de clients souhaite présenter nos films en utilisant Internet comme moyen de diffusion. Nous devons être en mesure de les accommoder.

Ces activités ont supposé le renforcement des relations de travail avec les représentants du secteur privé et les organismes de recherche publics qui élaborent des projets d'avant-garde. Mentionnons, par exemple, le développement d'ententes particulières avec les associations

d'ayants-droits afin de permettre l'exploitation de nos œuvres en utilisant de nouvelles technologies de diffusion.

Collaborer davantage avec le gouvernement et d'autres organismes

Comme nous le mentionnions dans notre survol des activités de l'ONF, ce dernier a maintenu une étroite collaboration avec d'autres organismes du portefeuille du Patrimoine canadien :

- Radio-Canada/CBC. L'ONF s'est associé à la société d'État pour la création du DVD éducatif *It's a Girl's World (Une affaire de filles)* et surtout, les deux organismes ont lancé une projet-défi à partir du film *The Weight of the World/Le poids du monde*, de Glynis Withling, une coproduction avec la CBC, auprès des professeurs, des étudiants et des écoliers. À l'aide d'une trousse d'accompagnement, d'un site Web, et après s'être inscrits afin de participer officiellement au défi, 40 000 jeunes ont pu partir à la découverte de leur univers alimentaire, à travers des activités pratiques d'analyse de leur environnement quotidien; le tout a donné des résultats souvent étonnants.

- Téléfilm Canada. Par exemple, le commissaire de l'ONF et le directeur général de Téléfilm Canada continueront à siéger au conseil d'administration de l'un et de l'autre organisme. Les deux organismes ont collaboré à la tenue du Doc Summit 2004-2005 durant Hot Docs à Toronto. En plus, le groupe conseil du sommet documentaire compte parmi ses participants le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (CIFVF), le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), la CBC-SRC, le Conseil des Arts, l'Association des radiodiffuseurs du Canada (ARC), le ministère du Patrimoine canadien (PCH), l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) et le Canadian Film and Television Producers Association (CFTPA). Rappelons également que l'initiative de e-cinéma a aussi favorisé le partenariat entre l'ONF et TFC.

Résultats de l'activité de programme 4. Services de recherche et de conseil

Par ses activités de recherche et de développement et en collaboration avec plusieurs intervenants du milieu du cinéma, mais également d'ailleurs, l'ONF a contribué à l'avancement des connaissances dans le domaine de la cinématographie. La recherche et le développement de nouvelles technologies s'avère une activité continuelle qui favorise le renouvellement du savoir et ses applications pratiques. Bien que nous participions à cet avancement par nos activités, il reste et restera toujours un travail constant à faire. L'ONF entend y contribuer.

SECTION IV – AUTRES SUJETS D'INTÉRÊT

Résultat stratégique 3 du RPP 2004-2005

Ce résultat ne correspond pas à une activité de programme dans la nouvelle Architecture d'activités de programme 2005-2006, car elle sous-tend l'ensemble de nos activités. Nous présentons néanmoins les résultats pour cet objectif stratégique, puisque nous en faisions mention dans notre RPP 2004-2005 et qu'il contribue à l'efficacité et la bonne gestion de l'ONF et des fonds publics qui lui sont dévolus.

RPP 2004-2005		RMR 2004-2005 (selon l'AAP)	
Résultats stratégiques	**Priorités**	**Activité de programme**	**Priorités**
Une organisation gérée de manière efficiente.	1. Gérer les ressources de manière efficace et efficiente. 2. Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information.	Aucune correspondance dans l'AAP.	

Réalisations et rendement quant à l'atteinte du troisième résultat stratégique

Les résultats prévus pour cette activité de programme

- Tirer le maximum de valeur des fonds publics afin de servir la production, l'innovation, l'expérimentation, la distribution et l'accès.

Les indicateurs utilisés pour cette activité de programme

- Améliorations apportées aux systèmes internes et externes de manière à mieux gérer et contrôler les ressources.
- Gestion prudente des fonds publics et maintien des coûts administratifs.

Les priorités

1. **Gérer les ressources de manière efficace et efficiente.**
2. **Améliorer la responsabilisation, les pratiques commerciales et les systèmes d'information**

L'ONF s'est engagé à améliorer ses méthodes de gestion afin de refléter le nouvel environnement d'affaires des organismes publics canadiens. Nous avons mis en place une culture d'entreprise moderne et nous croyons que la transparence et la responsabilisation dans l'ensemble de l'organisation sont des éléments essentiels d'une gestion efficace et efficiente.

Le développement et la consolidation du Système électronique de gestion du droit d'auteur (SEGDA) s'est poursuivi au cours des douze derniers mois. Des fonctions ont été ajoutées, divers modules, dont celui des contrats, ont été enrichis et différentes activités de saisie des données (contrats 2003-2004, titres du domaine public de l'année 1954, contrats de coproduction de 2002, 2003, 2004) ont été menées à bien. L'ajout d'un module Royautés a été planifié et le développement du module Redevances a été terminé dans le respect des échéanciers prévus.

Par ailleurs, nous avons amélioré les systèmes de production, de distribution et d'administration de manière à remplir les objectifs de l'ONF, qui consistent à produire des œuvres audiovisuelles de grande qualité et à atteindre les auditoires le plus efficacement possible. Par exemple :

- L'ONF améliore constamment son système de gestion intégré de l'information et du savoir Synchrone. De plus, une refonte de l'intranet a été déployée en mai 2004 et l'usage de gabarits normalisés a permis d'accélérer le processus de saisie et de publication.
- Afin de mesurer la performance de l'ensemble de ses activités, l'ONF a développé de nouveaux indicateurs de rendement. Ceux-ci seront mis en place par ordre de priorités institutionnelles au cours de la prochaine année et permettront d'évaluer l'atteinte des objectifs stratégiques de l'Office national du film du Canada.
- En amont de son travail de producteur et de diffuseur, l'ONF, dans la foulée des questionnements suscités par le lancement et la distribution du film *Ce qu'il reste de nous*, a également approfondi sa réflexion et échangé avec ses partenaires, au Canada mais aussi à l'étranger, autour de l'importante question de la responsabilité morale. Il a aussi entrepris une révision de ses propres pratiques, afin de clarifier les principes éthiques qu'il entend valoriser.
- L'ONF a également élaboré un nouveau Plan de vérification interne de même qu'un cadre de gestion intégrée des risques, de gestion des renseignements personnels. Nous avons aussi revu les procédures liées à la délégation d'autorisation, particulièrement pour la distribution.

En attribuant la majeure partie de ses ressources à la production de films, l'ONF s'assure qu'il y a un lien entre les ressources utilisées et les résultats obtenus. En 2004-2005, l'ONF a consacré 46,9 millions de dollars (72 % de son budget) à la production cinématographique, par rapport à 1,9 million (3 %) à la distribution, à 12,3 millions (19 %) à la mise en marché et au rayonnement, et à 3,8 millions (6 %) au Service conseil et à la recherche.

L'ONF s'efforce de maintenir les coûts administratifs au plus bas niveau possible. Ces dernières années, il est parvenu à les maintenir à un niveau se situant entre 9 et 10 % de son budget.

Résultats du troisième objectif stratégique du RPP 2004-2005

Nous croyons que l'ONF a utilisé les fonds publics avec diligence et s'est assuré de tirer le maximum de valeur de ses activités pour les Canadiens et Canadiennes.

SECTION V – RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Tableau 1 : Comparaison des dépenses prévues aux dépenses réelles (équivalents temps plein compris)

Table 1 : Comparaison des dépenses prévues et des dépenses réelles (ETP compris)

(en milliers de $)	2002-2003 Dépenses réelles	2003-2004 Dépenses réelles	2004-2005		
			Dépenses prévues	Total des autorisations	Dépenses réelles
1. Production	46 482	50 048	49 120	50 481	46 891
2. Distribution	3 827	1 705	491	491	1 913
3. Accessibilité	12 029	11 691	11 404	12 353	12 325
4. Recherche	3 925	3 869	2 667	3 551	3 781
Total	**66 263**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Total	**66 263**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**
Moins : revenus non disponibles	-	-	-	-	-
Plus : coût des services reçus à titre gracieux*	18	-	-	-	-
Coût net pour l'ONF	**66 281**	**67 313**	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Équivalents temps plein	481	498	510	510	507

Tableau 2 : Utilisation des ressources par secteur d'activité (ou par activité de programme)

2004–2005				
en milliers de $	**Fonctionnement**	**Subventions et contributions**	**Moins revenus disponibles**	**Total**
1. Production				
Dépenses prévues	49 974	152	- 1 006	49 120
Total des autorisations	51 335	152	- 1 006	50 481
Dépenses réelles	49 213	145	- 2 467	46 891
2. Distribution				
Dépenses prévues	8 010	0	- 7 519	491
Total des autorisations	8 010	0	- 7 519	491
Dépenses réelles	7 173	0	- 5 260	1 913
3. Accessibilité				
Dépenses prévues	11 581	98	- 275	11 404
Total des autorisations	12 530	98	- 275	12 353
Dépenses réelles	12 497	149	- 321	12 325
4. Recherche				
Dépenses prévues	2 767	0	- 100	2 667
Total des autorisations	3 651	0	- 100	3 551
Dépenses réelles	3 969	1	- 189	3 781
Total				
Dépenses prévues	72 332	250	- 8 900	63 682
Total des autorisations	75 526	250	- 8 900	66 876
Dépenses réelles	72 852	295	- 8 237	64 910

Tableau 3: Postes votés et législatifs

Poste voté ou législatif	Libellé tronqué du poste voté ou législatif	2004-2005		
		Dépenses prévues	Autorisations	Dépenses réelles
75	Fonds renouvelable de l'ONF - Dépenses de fonctionnement	63 672	66 866	66 502
(L)	Fonds renouvelable de l'ONF	10	10	- 1 592
	Total	**63 682**	**66 876**	**64 910**

Tableau 7: Sources des revenus disponibles et des revenus non disponibles

(en millions de dollars)	Dépenses réelles 2002-2003	Dépenses réelles 2003-2004	2004-2005		
			Dépenses prévues	Autorisations	Dépenses réelles
Fonctionnement ONF					
1. Production	1 547	1 540	1 006	1 006	2 467
2. Distribution	5 083	6 278	7 519	7 519	5 260
3. Accessibilité	246	675	275	275	321
4. Recherche	301	248	100	100	189
Total des revenus disponibles	**7 177**	**8 741**	**8 900**	**8 900**	**8 237**

Tableau 8 : Fonds renouvelable

(en millions de dollars)	Dépenses réelles 2002-2003	Dépenses réelles 2003-2004	2004-2005		
			Dépenses prévues	Autorisations	Dépenses réelles
Revenus	66 263	67 313	63 682	66 876	64 910
Fonctionnement	- 66 263	- 67 313	- 63 682	- 66 876	- 64 910
Surplus (Déficit)	-	-	-	-	-
Dépréciation / amortissement	- 3 847	- 3 576	- 2 000	- 2 000	- 3 448
Activités de placement					
Acquisition de biens dépréciables	3 794	1 593	2 000	2 000	1 856
Excédent (déficit)	- 53	- 1 983	10	10	- 1 592

Autorisation : cumulée (versements)	13 622	11 639	13 800	13 800	10 047

Tableau 10A - Loi sur les frais d'utilisation

Frais d'utilisation	Type de frais	Pouvoir d'établissement des frais	Date de la dernière modification	2004-2005		
				Revenu prévu	Revenu réel	Coût total
Frais de demande	Règlementaire	Loi d'accès à l'information	N D	0	30 $	5 000 $

Note: Les autres revenus de l'ONF ne sont pas des frais d'utilisation

Tableau 14: Renseignements sur les programmes de paiements de transfert (PPT)

(en millions de dollars)	Dépenses réelles 2002-2003	Dépenses réelles 2003-2004	2004-2005			
			Dépenses prévues	Autorisations	Dépenses réelles	Écart
Total subventions et contributions						
1. Production	204	176	152	152	145	7
2. Distribution	0	0	0	0	0	- 0
3. Accessibilité	70	118	98	98	149	- 51
4. Recherche	1	1	0	0	1	- 1
Total	**275**	**295**	**250**	**250**	**295**	**- 45**

Tableau 16: États financiers des établissements publics et des mandataires du Parlement

Les états financiers des établissements publics (dont on trouvera la liste à l'annexe II de la Loi sur la gestion des finances publiques et des mandataires du Parlement doivent figurer dans le RMR depuis l'exercice 2003-2004.

L'ONF prépare un rapport annuel qui renferme ses états financiers. Il est accessible électroniquement.

SECTION VI – ANNEXES

ANNEXE I

LOI APPLIQUÉE PAR LE PORTEFEUILLE

Loi sur le cinéma, S.R.C.1985, ch. N-8.

(la dernière modification est entrée en vigueur le 1er novembre 1995)

BUREAUX DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Siège social : Ottawa

Bureau central : Montréal

Distribution au Canada
- CinéRobothèque – Montréal
- Médiathèque – Toronto
- Centre d'appels ONF (1 800 267-7710)
- Site Web <www.onf.ca>

Distribution à l'étranger
- États-Unis (New York)
- Europe (Paris)

Centres de production anglaise
- Edmonton
- Halifax
- Montréal
- Toronto
- Vancouver
- Winnipeg

Centres de production française
- Moncton
- Montréal
- Toronto
- Québec

ANNEXE II

LISTE DES PERSONNES RESSOURCES POUR LE RAPPORT SUR LE RENDEMENT

Maryse Charbonneau
Directrice, Administration
(514) 283-9050
m.charbonneau@onf.ca

Audrey Doyle
Directrice, Planification, Évaluation et Vérification
(514) 283-3242
a.doyle@onf.ca